

TRABAJO DE FIN DE MASTER

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA EL PARQUE NATURAL DE LAS FRAGAS DEL EUME

Autora: Eva González Cal

Director: Manuel Martínez Carballo

Codirector: Eduardo Guillén Solórzano

Resumen

Se elabora este Trabajo Fin de Máster para la creación de un Plan Estratégico de Turismo Sostenible que sirva como herramienta de gestión turística del Parque Natural Fragas do Eume y que contribuya a impulsar el desarrollo turístico, social y económico del destino y su entorno.

La falta de planificación desemboca en una gestión poco efectiva, donde las acciones se llevan a cabo de manera no consensuada, sin un proyecto en común. Por eso, para su formulación, se han tenido en cuenta a todos los agentes involucrados: sector público, sector privado y población local. En él se establecen las directrices a seguir a corto, medio y largo plazo.

El plan elaborado se apoya en un profundo análisis interno y externo en el que se ha realizado observación geográfica directa, una encuesta a visitantes y un método Delphi entre los agentes implicados.

Los resultados del análisis nos permiten percibir un elevado número de debilidades en relación a la conservación de los recursos naturales, las infraestructuras y los servicios turísticos. Se aprecia un cierto abandono en relación a la gestión y calidad del destino.

Por otro lado, el estudio confirma el creciente interés por el espacio natural y el turismo de naturaleza, y confirma su gran potencialidad turística basada en fortalezas como su rico patrimonio.

Para la toma de decisiones, el análisis DAFO se complementa con un análisis CAME, análisis sobre el que se asientan las líneas estratégicas propuestas, que incluyen acciones en línea con la instauración de un modelo de turismo sostenible. Las líneas estratégicas se basan en la conservación del patrimonio natural, la organización del tráfico de coches y personas, la mejora del producto turístico y su promoción.

Palabras clave: Fragas do Eume, plan de desarrollo turístico, turismo de naturaleza, sostenibilidad

Resumo

Elabórase este Traballo Fin de Máster para a creación dun Plan Estratéxico de Turismo Sostible que sirva como ferramenta de xestión turística do Parque Natural Fragas do Eume e que contribúa a impulsar o desenvolvemento turístico, social e económico do destino e a súa contorna.

A falta de planificación desemboca nunha xestión pouco efectiva, onde as accións se levan a cabo de maneira non consensuada, sen un proxecto en común. Por iso, para a súa formulación, tivéronse en conta a todos os axentes involucrados: sector público, sector privado e poboación local. Nel establécense as directrices para seguir a curto, medio e longo prazo.

O plan elaborado apóiase nunha profunda análise interna e externo no que se realizou observación xeográfica directa, unha enquisa a visitantes e un método Delphi entre os axentes implicados.

Os resultados da análise permítenos percibir un elevado número de debilidades en relación á conservación dos recursos naturais, as infraestruturas e os servizos turísticos. Apréciase un certo abandono en relación á xestión e calidade do destino.

Doutra banda, o estudo confirma o crecente interese polo espazo natural e o turismo de natureza, e confirma a súa gran potencialidade turística baseada en fortalezas como o seu rico patrimonio.

Para a toma de decisións, a análise DAFO complementase cunha análise CAME, análise sobre o que se asintan as liñas estratéxicas propostas, que inclúen accións en liña coa instauración dun modelo de turismo sostible. As liñas estratéxicas baséanse na conservación do patrimonio natural, a organización do tráfico de coches e persoas, a mellora do produto turístico e a súa promoción.

Palabras chave: Fragas do Eume, plan de desenvolvemento turístico, turismo de natureza, sustentabilidade

Abstract

This work is developed for the creation of a Strategic Plan for Sustainable Tourism that serves as a tool for tourism management of the As Fragas do Eume Natural Park and contributes to promote tourism, social and economic development of the destination and its surroundings.

The lack of planning leads to an ineffective management, where actions are carried out in a non-consensual manner, without a common project. Therefore, for its formulation, all the agents involved have been taken into account: the public sector, the private sector and the local population. It establishes the guidelines to be followed in the short, medium and long term.

The plan is based on an in-depth internal and external analysis in which direct geographic observation, a visitor survey and a Delphi method among the agents involved have been carried out.

The results of the analysis allow us to perceive a high number of weaknesses in relation to the conservation of natural resources, infrastructures and tourist services. There is certain abandonment in relation to the management and quality of the destination.

On the other hand, the study confirms the growing interest in the natural space and nature tourism, and confirms its great tourism potential based on strengths such as its rich heritage.

For decision-making purposes, the SWOT analysis is complemented by a CAME analysis, on which the proposed strategic lines are based, which include actions in line with the establishment of a sustainable tourism model. The strategic lines are based on the conservation of the natural heritage, the organization of the traffic of cars and people, the improvement of the tourist product and its promotion.

Key words: Fragas do Eume, tourism development plan, nature tourism, sustainability.

Índice

1.	Introducción.....	11
1.1.	Objetivos.....	12
1.1.1.	Objetivos generales	12
1.1.2.	Objetivos específicos.....	12
1.2.	Metodología.....	13
2.	Contextualización.....	14
2.1.	Ámbito territorial.....	14
2.2.	Contexto socioeconómico.....	15
2.2.1.	Evolución demográfica.....	15
2.2.2.	Mercado de trabajo	17
2.2.3.	Sectores productivos y tejido empresarial.....	18
2.2.4.	Parque Natural As Fragas do Eume.....	25
2.3.	Organización turística del territorio.....	25
3.	Análisis externo.....	29
3.1.	Situación del sector turístico en España	30
3.2.	Situación del sector turístico en Galicia.....	31
3.3.	Tendencias	34
4.	Análisis interno	37
4.1.	Oferta.....	37
4.1.1.	Recursos turísticos	39
4.1.2.	Equipamiento e infraestructura turística	43
4.1.3.	Otra oferta complementaria	50
4.2.	Demanda.....	51
4.2.1.	Demanda real	51
4.2.2.	Demanda potencial.....	56
4.2.3.	Disposición a pagar de los visitantes	56
4.3.	Análisis de la opinión de los agentes implicados.....	62
5.	Diagnóstico	64
5.1.	DAFO-CAME.....	66
6.	Plan de acción	73
6.1.	Misión y visión.....	73
6.2.	Líneas estratégicas.....	73
6.3.	Acciones	75

6.4.	Propuesta de producto	106
6.4.1.	Saborea la Fraga	106
6.4.2.	Programa	107
6.4.3.	Precio	108
6.5.	Cronograma.....	110
7.	Bibliografía.....	112
8.	Anexos	114
	Anexo 1. Encuesta realizada a los visitantes.	114
	Anexo 2. Método Delphi: participantes.	117
	Anexo 3. Método Delphi: cuestionario inicial.....	118

Índice de gráficos

Gráfico 1. Histórico del nº de habitantes de la Comarca del Eume (1998-2020).	16
Gráfico 2. Pirámide de población de la Comarca del Eume (2020).	17
Gráfico 3. Población según edad (%). Datos 2020.	18
Gráfico 4. Afiliaciones a la seguridad social en alta laboral en la comarca según el sector de actividad.	18
Gráfico 5. Tasa de paro registrado en la Comarca del Eume (%).....	19
Gráfico 6. Nº de empresas de la Comarca del Eume según sector (2020).	21
Gráfico 7. Evolución del número de empresas (2014-2019).	21
Gráfico 8. Tipo de empresas del sector servicios en la Comarca del Eume (2020).	22
Gráfico 9. Tipo de empresas de hostelería (2019).	22
Gráfico 10. Tamaño de las empresas de hostelería (2019).	23
Gráfico 11. Tasa bruta de mortalidad y de natalidad de empresas % (2019).	24
Gráfico 12. Gasto de los turistas internacionales que visitaron España entre 2007 y 2020 (millones de euros).	31
Gráfico 13. Viajeros según procedencia.	32
Gráfico 14. Nº de viajeros según geodestino.	32
Gráfico 15. Nº de peregrinos según vía de peregrinación.	33
Gráfico 16. Tipos de alojamiento preferidos.	34
Gráfico 17. Comparativa de alojamientos según categoría entre la Comarca del Eume, la provincia y la comunidad autónoma.	45
Gráfico 18. Variación del nº de alojamientos según temporada (2020).	47
Gráfico 19. Reparto por municipios de las segundas residencias (2011).	48
Gráfico 20. Establecimientos de restauración según tipo.	49
Gráfico 21. Visitas a los Centros de Visitantes (2016-2020).	52
Gráfico 22. Histórico de visitas al Monasterio de Caaveiro (2013-2020).	53
Gráfico 23. Comparativa visitas al Monasterio de Caaveiro 2019 y 2020.	53

Gráfico 24. Histórico de visitas (2012-2020).	54
Gráfico 25. Estación en la que se realizó la visita.	57
Gráfico 26. Recursos turísticos visitados.	58
Gráfico 27. Actividades realizadas.	59
Gráfico 28. Servicios utilizados.	59
Gráfico 29. Visitantes dispuestos a pagar por los servicios.	60
Gráfico 30. Precio del billete de autobús del Centro de Interpretación-Caaveiro/Caaveiro- Centro de Interpretación (tique de ida).	60
Gráfico 31. Precio visita libre y guiada al Monasterio de Caaveiro.	61
Gráfico 32. Otros servicios crees que consideran deberían ser de pago.	62

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Ámbito territorial.	15
Ilustración 2. Mapa de geodestinos y geodestino Ferrolterra- Rías Altas.	29
Ilustración 3. Grupo de turistas en la ruta de senderismo Camino Encomendeiros.	37
Ilustración 4. Mapa de As Fragas do Eume.	40
Ilustración 5. Vistas desde el mirador de Teixido.	40
Ilustración 6. Monasterio de Caaveiro.	42
Ilustración 7. Monasterio de Monfero.	43
Ilustración 8. Diseño de estrategias a través del análisis DAFO-CAME.	65

Índice de tablas

Tabla I. Superficie, nº de habitantes y densidad de población de los municipios de la Comarca del Eume.....	16
Tabla II. Afiliaciones a la seguridad social en alta laboral en los municipios de la Comarca del Eume según sector de actividad % (2020).....	19
Tabla III. Nº de personas paradas en la Comarca del Eume según sexo y edad (2020).	20
Tabla IV. Nº de personas paradas en la Comarca del Eume según sector de actividad (2020). .	20
Tabla V. Renta disponible bruta por habitante (2018).	21
Tabla VI. Medios humanos y materiales. Financiación.	25
Tabla VII. Principales recursos e infraestructuras turísticas del Parque Natural Fragas do Eume.	38
Tabla VIII. Alojamientos en la Comarca del Eume (2020).	44
Tabla IX. Nº de alojamientos de los municipios de la Comarca del Eume según modalidad (2020).	46
Tabla X. Establecimientos de restauración por municipios (2020).	49
Tabla XI. Otra oferta complementaria.	50
Tabla XII. Visitas al Monasterio de Monfero 2019.	54
Tabla XIII. Visitas al Monasterio de Monfero 2020.	55

1. Introducción

Este Plan Estratégico de Turismo tiene como objetivo principal la dinamización y organización del turismo en el Parque Natural de As Fragas do Eume, buscando el equilibrio en el desarrollo turístico de las distintas áreas del Parque y el incremento de los ingresos generados por turismo, todo ello sin comprometer el espacio protegido en el que se desarrolla la actividad, dentro de la línea de trabajo del turismo sostenible.

Para ello, fomentaremos el cuidado del paisaje cultural que constituye el principal reclamo turístico de nuestro destino, y cuya conservación debe ser la prioridad en todo momento.

Además, nos centraremos en recuperar la calidad en destino a través de la adhesión a modelos de calidad que propiciarán la colaboración público-privada, servicios de calidad y el mantenimiento de las infraestructuras.

Aprovecharemos el auge del turismo de naturaleza para diversificar el producto y especializarnos en este tipo de turista.

Por último, pero no menos importante, impulsaremos la promoción de los distintos recursos, facilitando la búsqueda de información y la planificación del viaje a los turistas potenciales.

La puesta en marcha de este Plan, con acciones que se ejecutarán entre el año 2022 y 2024, supone una apuesta por el sector turístico y marcará la línea de trabajo a seguir para futuros planes, además de contribuir a que la población local pueda beneficiarse de las bondades del turismo y poner en valor el gran patrimonio natural y cultural, lo que ayudará a su conservación.

Para conseguir el objetivo principal, este trabajo se estructura en varias partes. Se comenzó encuadrando el destino dentro del territorio y se realizó un estudio del contexto socioeconómico.

A continuación se efectuó un análisis externo, donde se recopilaron datos de interés sobre la situación actual del turismo en España y en Galicia, además de las actuales tendencias del turismo, lo que nos permitió establecer oportunidades y amenazas que pueden afectar al destino tanto positiva como negativamente.

Para continuar, se analizaron los factores internos, tanto la oferta (recursos turísticos, infraestructuras, servicios, etc.), como la demanda. En este punto se realizó una encuesta para determinar la disposición a pagar por los servicios que tienen los visitantes y un método Delphi entre los agentes para conocer sus opiniones y valoraciones sobre la situación actual del destino y las medidas a llevar a cabo para mejorar la situación. Este análisis interno nos permitió establecer las fortalezas y debilidades a mantener y combatir respectivamente.

A raíz de los datos recopilados, se ejecutó el diagnóstico a través de la aplicación de un DAFO-CAME, una técnica muy utilizada y efectiva para diagnósticos.

Realizado el diagnóstico se establecieron unos objetivos concretos a conseguir después del análisis de la situación, y se estudiaron las diferentes estrategias posibles. De estas estrategias se eligieron las más adecuadas para la consecución de los objetivos. Cada estrategia se desglosó en una serie de acciones a llevar a cabo.

Finalmente, se creó un producto turístico para su comercialización. Este producto pretende ser un reflejo de la línea de trabajo seguida para la elaboración de este trabajo, la del turismo sostenible.

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivos generales

Este documento pretende ser una guía a seguir en la toma de decisiones, que recopile las líneas estratégicas y acciones a implementar para el desarrollo de un modelo de turismo sostenible, que contribuya a la conservación del entorno, la integración social y cultural, y la rentabilidad económica del sector turístico, en alineación con la Estrategia de Turismo Sostenible España 2030. Sus objetivos generales son:

- Organizar el turismo dentro del territorio para minimizar los impactos negativos del turismo.
- Redinamizar el turismo en el territorio para aprovechar al máximo sus bondades.

1.1.2. Objetivos específicos

Los siguientes objetivos representan las metas más próximas y accesibles de cara a la puesta en práctica del Plan:

- Crear un producto turístico sostenible y de calidad que complemente la oferta del destino.
- Aprovechar los incentivos o beneficios que brinda el gobierno central para el desarrollo del turismo.
- Hacer cumplir la legislación vigente para la protección del medio ambiente.
- Fomentar la participación de los distintos agentes en la toma de decisiones.
- Reducir los impactos del turismo sobre el ambiente.
- Sensibilizar a la población de la importancia de la conservación de los recursos naturales.
- Mantener las infraestructuras turísticas.

- Incrementar los ingresos por turismo.
- Crear empleo y oportunidades de negocio.
- Poner en valor las costumbres y tradiciones.
- Determinar la disposición a pagar de los visitantes.

1.2. Metodología

A la hora de elaborar este documento se siguió una metodología clara, siguiendo un orden estandarizado y dividiendo el trabajo en distintas fases. La toma de decisiones se realizó después de un profundo análisis de la realidad del destino y su entorno, a partir del cual se llevó a cabo un diagnóstico. A raíz de este diagnóstico se establecieron cinco líneas estratégicas para la consecución de objetivos concretos, desarrolladas en 20 acciones concretas.

Las metodologías elegidas para la realización del análisis previo fueron seleccionadas teniendo en cuenta mis propias posibilidades y limitaciones, además de, en la situación actual, las limitaciones impuestas por la pandemia de COVID19:

Para alcanzar un buen conocimiento del territorio, se realizó **observación directa**, utilizada para la recolección de datos sobre el terreno, y que se basa en la mera observación. Postic y De Ketele la definen como “un proceso cuya función primera e inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración” (2000:17). Así, se visitó el territorio en numerosas ocasiones con objetivos de observación previamente establecidos, véase rutas de senderismo, áreas recreativas, aparcamientos, accesos, centros de visitantes, etc.

A la hora de elaborar un plan de este tipo y para que aumenten las posibilidades de éxito a la hora de su implantación, el Plan debe de crearse teniendo en cuenta la opinión y visión de los diferentes agentes relacionados con el territorio. La elección de las estrategias y acciones a llevar a cabo deben de partir de la visión de todos los agentes implicados, de modo que las probabilidades de éxito aumentarán si las decisiones han sido consensuadas. Para ello se realizó un **método Delphi**. “El método Delphi es una técnica de recogida de información que permite obtener la opinión de un grupo de expertos a través de la consulta reiterada” (Reguant y Torrado, 2016). La elección de este método se debe a que está especialmente indicado para recoger opiniones consensuadas y representativas de un colectivo de individuos. Se tuvo especial cuidado en la elección de los expertos, ya que los resultados del método dependen en gran parte de esa elección.

Se realizó también una **encuesta** entre visitante para recoger datos sobre la disposición a pagar por los servicios. “La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se realiza a las personas o empresas con el fin de obtener determinada información

necesaria para una investigación” (Hernández y Cantín, 2009). Se prefirieron las encuestas por internet por “la rapidez en la recogida y análisis de datos, la amplia cobertura y el ahorro de tiempo”, tal como explican Hernández y Cantín en su trabajo “Estudio de encuestas”.

Para realizar el diagnóstico, se utilizó un análisis **DAFO**. El análisis DAFO consiste en “realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas (Ponce Talancón, 2006:2). Se eligió por su sencillez y eficacia para la realización de este tipo de análisis y su idoneidad para establecer estrategias.

2. Contextualización

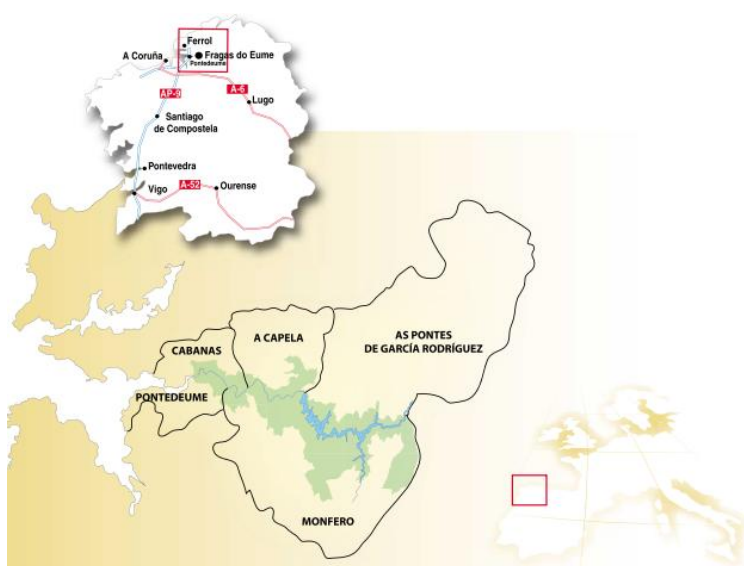
En este apartado se analizan los diferentes datos geográficos y socioeconómicos necesarios para conocer la realidad del Parque Natural Fragas do Eume y su entorno.

2.1. Ámbito territorial

El presente Plan toma como ámbito de actuación el Parque Natural Fragas do Eume, localizado en el Noroeste de la provincia de A Coruña, y declarado como tal el 30 de julio de 1997 por el Decreto 218/1997. Los parques naturales son, según su definición legal, “áreas naturales que, en razón a la belleza de sus paisajes, la representatividad de sus ecosistemas o la singularidad de su flora, de su fauna o de su diversidad geológica, incluidas sus formaciones geomorfológicas, poseen unos valores ecológicos, estéticos, educativos y científicos cuya conservación merece una atención preferente” (Ley 42/2007 del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad).

La figura de Parque Natural protege un total de 9.125,65 ha² en las riberas del río Eume, siendo de uno de los bosques atlánticos mejor conservados de Europa. En marzo de 2004 fueron declaradas zona especial de conservación (ZEC) dentro de la Red Natura 2000.

Ilustración 1. Ámbito territorial.



Fuente: Guía informativa Fragas do Eume de la Xunta de Galicia.

As Fragas do Eume se sitúan dentro de las Rías Altas en el noroeste de la Comunidad Autónoma de Galicia, en la Comarca del Eume formada por los municipios de A Capela, As Pontes, Cabanas, Monfero y Pontedeume, los cinco con territorio dentro del Parque Natural.

Su cercanía a las ciudades de Ferrol (unos 25 kms) y A Coruña (unos 45 kms) hace que en algunas zonas funcione casi como un parque periurbano. Otras de las principales ciudades de Galicia, como Santiago de Compostela o Lugo, se encuentran a poco más de una hora. La comarca está conectada con el resto de las ciudades a través de la red viaria AP-9 hacia el norte y sur, y la AG-64 hacia el interior. La red de ferrocarril la conecta con Ferrol y A Coruña.

Los aeropuertos de A Coruña y el Aeropuerto de Santiago-Rosalía de Castro se localizan a tan solo 40 y 80 kms respectivamente.

2.2. Contexto socioeconómico

Se estudia en este apartado la situación actual del territorio y su comarca mediante indicadores de carácter demográfico y socioeconómico.

2.2.1. Evolución demográfica

Los cinco ayuntamientos que conforman la Comarca del Eume ocupan una superficie total de 538,61 km² (IGE, 2019) y suman un total de 24.123 habitantes (Instituto Gallego de Estadística

(IGE), 2020). La densidad de población es de 97,2 habitantes/kms², situándose por encima de la media gallega de 91 habitantes/kms² (IGE, 2020). Se observan grandes diferencias entre los municipios que la conforman. Pontedeume y Cabanas, ambos situados en la costa, son los municipios con una mayor densidad de población.

Vemos en la Tabla bajo estas líneas los datos desglosados para cada municipio.

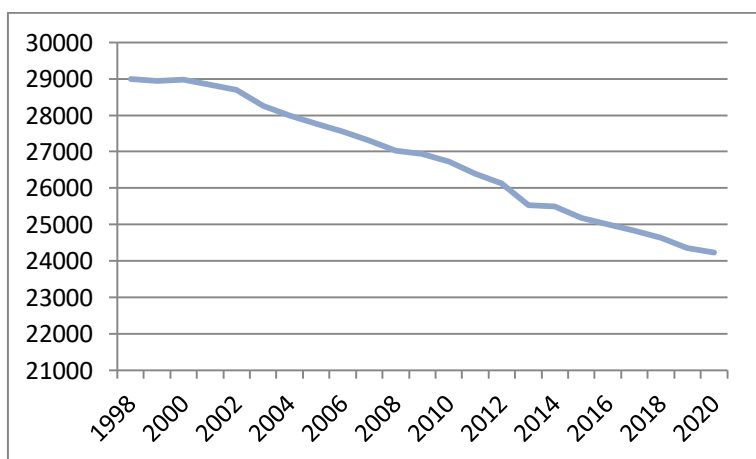
Tabla I. Superficie, nº de habitantes y densidad de población de los municipios de la Comarca del Eume.

Comarca del Eume	Superficie (kms²)	Habitantes	Densidad de Población
Cabanas	30,3	3.274	110,3
A Capela	58	1.121	22,3
Monfero	171,67	1.907	11,1
Pontedeume	29,26	7.753	262,1
As Pontes de García Rodríguez	249,37	10.068	40,1

Fuente: IGE.

Observando el histórico de población desde 1998, se observa que la comarca ha sufrido una continua pérdida de población en los últimos más de 20 años desde la declaración de Parque Natural (16,45%).

Gráfico 1. Histórico del nº de habitantes de la Comarca del Eume (1998-2020).



Fuente: IGE.

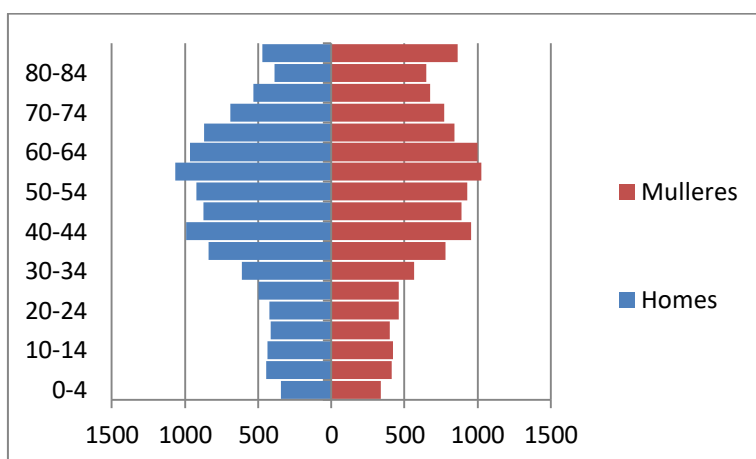
Atendiendo a la realidad individual de cada municipio y los datos del IGE, sólo Cabanas mantiene su número de habitantes, con un leve incremento del 0,77%. Pontedeume se sitúa por encima de la

media porcentual para la comarca, aunque pierde un 12,82% de la población. As Pontes de García Rodríguez pierde un 19,28%. Son los territorios de Monfero y A Capela los que presentan una mayor pérdida de población con el 30,86% y el 24,58% respectivamente.

Observando la pirámide poblacional de la comarca a 2020 (Gráfico 2), nos encontramos ante una pirámide de población regresiva, más ancha en los grupos medios y superiores que en la base. Se trata de una pirámide propia de la España rural. “En la actualidad, la España rural presenta una estructura por edades más envejecida que la del conjunto del país” (Pérez y Abellán, 2018). Este fenómeno está más acentuado en la zona noroeste de la península. Sería un error achacarlo a un descenso de la natalidad, ya que se relaciona directamente con el éxodo rural de los jóvenes a las ciudades, donde se encuentran con mayores posibilidades.

Cabe destacar que los grupos más numerosos coinciden con la población en edad laboral. Vemos una distribución de la población similar entre hombres y mujeres, aunque ligeramente superior en el caso de las mujeres en los grupos superiores (a partir de los 70 años).

Gráfico 2. Pirámide de población de la Comarca del Eume (2020).

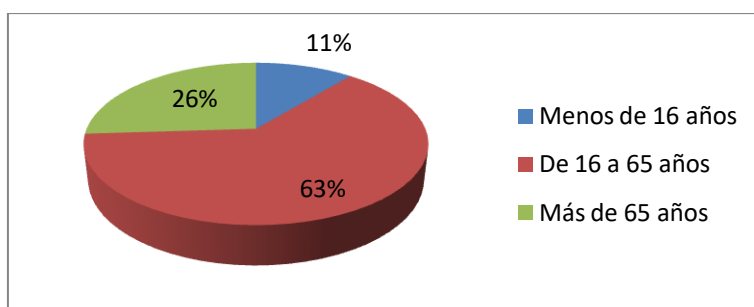


Fuente: IGE.

2.2.2. Mercado de trabajo

En cuanto al mercado de trabajo, el 63% de la población se encuentra en edad laboral. La población menor de 16 años es la menos numerosa. La edad media es de 49 años y se sitúa en dos puntos por encima de la media gallega que es de 47 años (IGE, 2020).

Gráfico 3. Población según edad (%). Datos 2020.

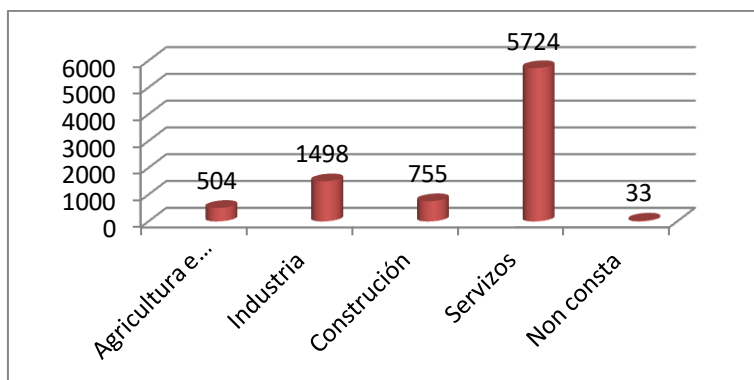


Fuente: IGE.

2.2.3. Sectores productivos y tejido empresarial

Atendiendo a las afiliaciones a la seguridad social en alta laboral en la comarca según sector de actividad, destacan las afiliaciones en el sector servicios con 64,3%, seguido de la industria con un 23,9%. De modo residual les siguen los sectores de la construcción, la agricultura y la pesca, (7,8%, un 3,7% y 0,5% respetivamente).

Gráfico 4. Afiliaciones a la seguridad social en alta laboral en la comarca según el sector de actividad.



Fuente: IGE.

Si atendemos a los casos particulares de cada municipio, apreciamos algunas diferencias. Véase la tabla bajo estas líneas.

Tabla II. Afiliaciones a la seguridad social en alta laboral en los municipios de la Comarca del Eume según sector de actividad % (2020).

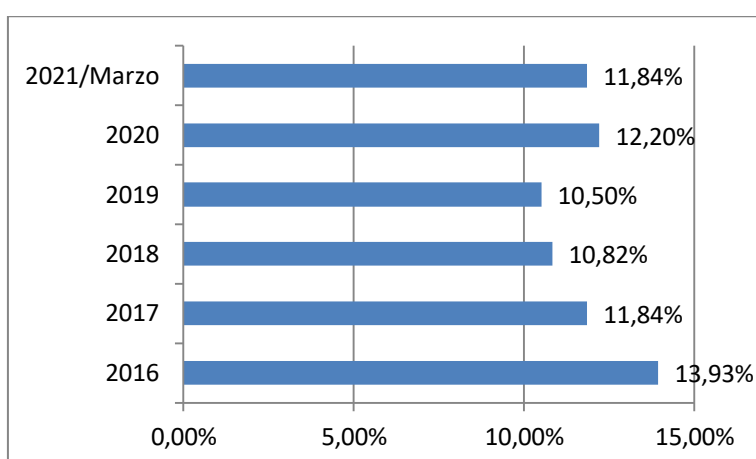
Comarca del Eume	Agricultura	Pesca	Industria	Construcción	Servicios
Cabanas	1,9	0,5	12,6	11,8	72,9
A Capela	13,9	0	19,6	10,8	55,3
Monfero	28,4	0,1	9,7	11,3	50,1
Pontedeume	1,1	1,5	12,9	8,1	75,9
As Pontes de García Rodríguez	3,7	0	23,9	7,8	64,3

Fuente: IGE.

Los municipios más poblados tienen un porcentaje más alto de afiliados a la Seguridad Social en el sector servicios, concretamente hablamos de un 72,9% en el caso de Cabanas y un 75,9% en el caso de Pontedeume. Los dos municipios con menor densidad de población y que sufrieron una mayor pérdida de población, Monfero y a Capela, son los ayuntamientos donde la agricultura presenta un mayor porcentaje de altas. Por su parte, As Pontes de García Rodríguez tiene el sector industrial con mayor número de altas en seguridad social.

En cuanto a la tasa de paro registrado (Gráfico 5), la tendencia desde 2016 hasta 2019 fue positiva, observándose un descenso de esta tasa hasta 2020, cuando tras la paralización de diferentes sectores económicos debido a la crisis del COVID19, la tasa de paro se incrementa.

Gráfico 5. Tasa de paro registrado en la Comarca del Eume (%).



Fuente: Datosmacro.com

Tomando como referencia los datos de 2020, la tasa de paro se sitúa ligeramente por encima de la media gallega, que fue de 11,7% en el IV trimestre de 2020 (IGE, 2020).

Según datos del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), a marzo de 2021 un total de 1.133 personas de la comarca estaban en paro. No se aprecian diferencias importantes entre hombres y mujeres. En ambos casos las personas de 45 años o más son el grupo más numeroso (55% y 51% respectivamente). Les siguen aquellos con edades comprendidas entre 25 y 44 (41% y 46% respectivamente). En última posición los menores de 25 años (4% y 3% respectivamente).

Tabla III. Nº de personas paradas en la Comarca del Eume según sexo y edad (2020).

Paro hombres	Paro hombres	Paro hombres	Paro mujeres	Paro mujeres	Paro mujeres
Edad <25	Edad 25 - 44	Edad >=45	Edad <25	Edad 25 - 44	Edad >=45
29	263	350	21	313	341

Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal.

En cuanto la repartición del paro por sectores, a la cabeza se encuentra el sector servicios con el 67% de los parados, seguido del 13% pertenecientes al sector industrial y el 11% del sector de la construcción.

Tabla IV. Nº de personas paradas en la Comarca del Eume según sector de actividad (2020).

Agricultura	Industria	Construcción	Servicios	Sin empleo anterior
25	166	147	884	95

Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal.

En referencia a la renta disponible bruta por habitante, la media para la comarca era en 2018 de 14.836€, situándose por debajo de la media gallega de 15.132€.

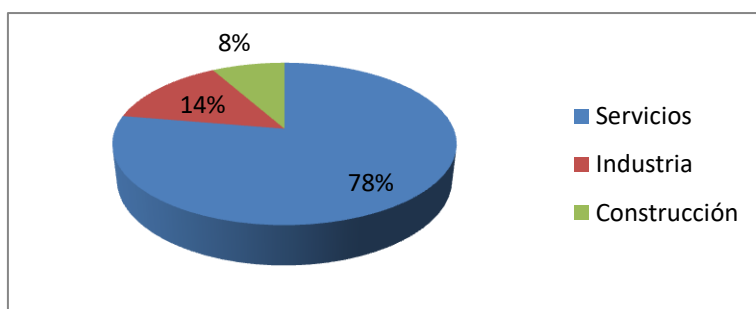
Tabla V. Renta disponible bruta por habitante (2018).

Comarca del Eume	14.836 €
A Capela	14.217 €
As Pontes de García Rodríguez	17.569 €
Cabanas	15.647 €
Monfero	12.388 €
Pontedeume	14.359 €

Fuente: IGE.

Con respecto al tejido empresarial, en 2019 la comarca del Eume contaba con un total de 1818 empresas, de las que 1.412 pertenecían al sector servicios, 257 a la construcción y 149 al sector industrial (IGE, 2019).

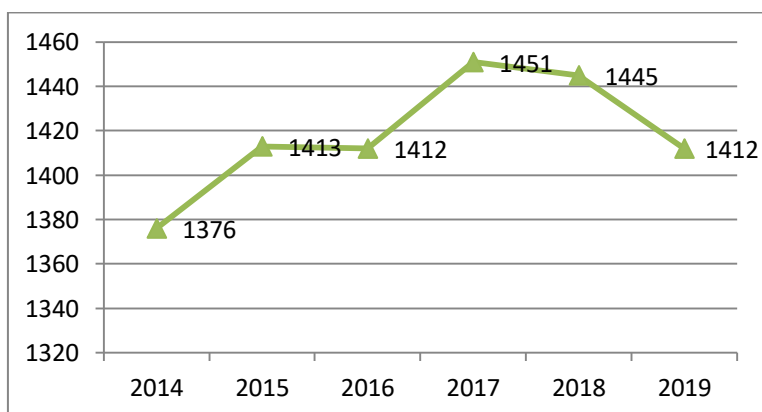
Gráfico 6. Nº de empresas de la Comarca del Eume según sector (2020).



Fuente: IGE.

Entre 2014 y 2017 se aprecia un fuerte incremento de empresas del sector servicios. Esta tendencia cambia a partir de ese año. En 2019 el nº de empresas vuelve a los números de 2016.

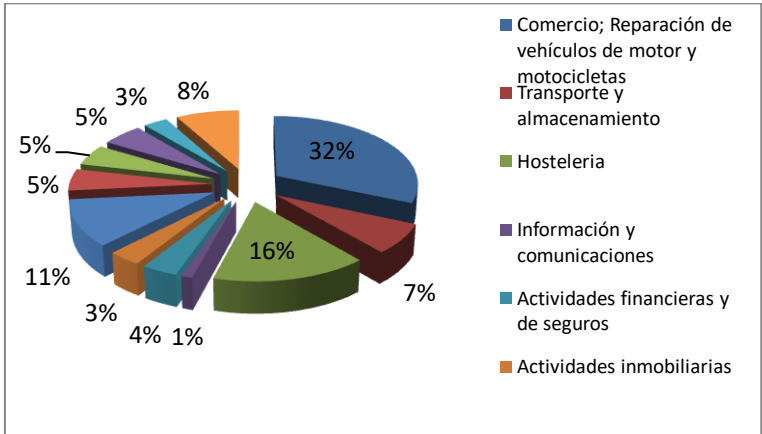
Gráfico 7. Evolución del número de empresas (2014-2019).



Fuente: IGE.

Desglosando la tipología de empresas del sector servicios, el 32% pertenece al comercio, el 16% a la hostelería y el 11% a actividades profesionales, científicas y técnicas.

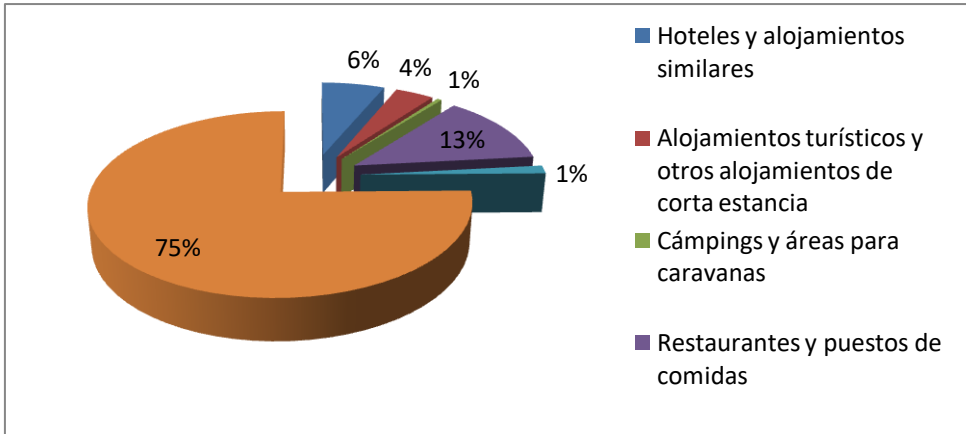
Gráfico 8. Tipo de empresas del sector servicios en la Comarca del Eume (2020).



Fuente: IGE.

La comarca contaba en 2019 con un total de 206 empresas de hostelería. El 89% se correspondía con servicios de comidas y bebidas y el 11% con servicios de alojamientos. En el Gráfico 6 vemos el reparto según tipos de empresa.

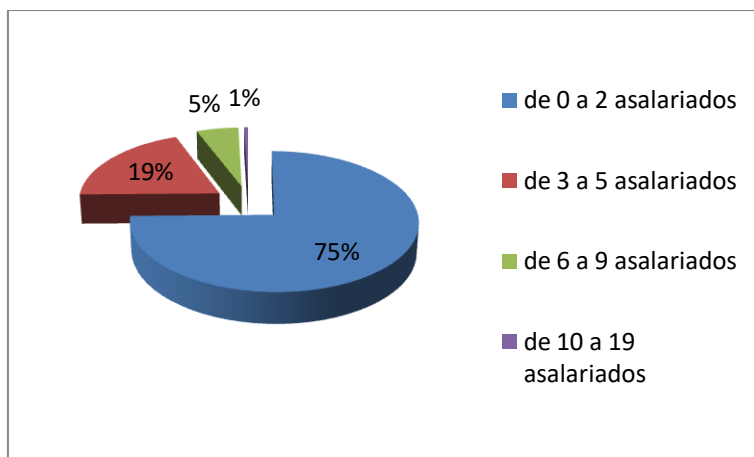
Gráfico 9. Tipo de empresas de hostelería (2019).



Fuente: IGE.

En cuanto al tamaño de las empresas, y según datos del IGE de 2019, el tejido empresarial de las empresas de hostelería está formado casi en su totalidad por microempresas, solo una de las empresas tiene más de 10 trabajadores.

Gráfico 10. Tamaño de las empresas de hostelería (2019).



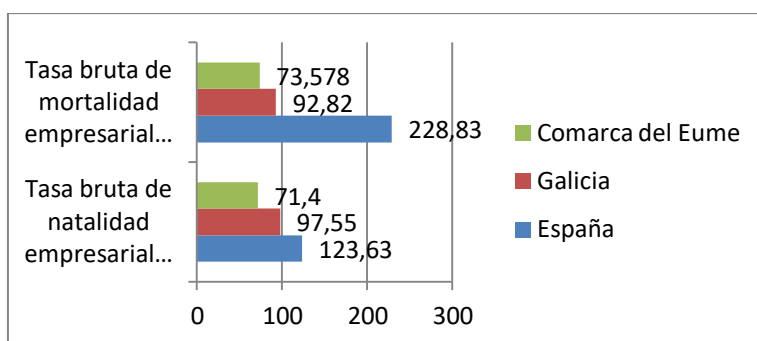
Fuente: IGE.

En cuanto a la creación y desaparición de empresas, la comarca se sitúa por debajo de la media gallega y española, con una tasa de crecimiento empresarial¹ negativa de -0,22%, por debajo de la media gallega de 0,47%, pero por encima de la española de -10,52%. Vemos bajo estas líneas una comparativa entre la comarca, Galicia y España de las tasas brutas de natalidad y mortalidad empresarial² (IGE, 2019).

¹ La tasa de crecimiento empresarial es el porcentaje entre la variación neta de empresas (diferencia entre altas y bajas) en el año respecto al total de empresas al principio de año.

² La tasa bruta de natalidad empresarial es el porcentaje de empresas nacidas en el año por cada mil empresas, respecto al total de empresas de ese año. La tasa bruta de mortalidad empresarial es el porcentaje de empresas que desaparecen durante el periodo por cada mil empresas respecto al número total de empresas.

Gráfico 11. Tasa bruta de mortalidad y de natalidad de empresas % (2019).



Fuente: IGE.

En conjunto, las características socio-económicas de la comarca se pueden resumir en los siguientes puntos:

- Dispone de una situación geográfica excelente, con buenas conexiones por carretera y cercanía a dos de los aeropuertos gallegos.
- Su ámbito de población es predominantemente rural con constante descenso poblacional año tras año. La densidad de población del municipio es similar a la media gallega.
- El grupo de edad más numeroso es el comprendido entre los 56 y 59 años siendo la edad media de 49 años, también similar a la media gallega. Si no se frena la tendencia actual, se prevé que la población siga envejeciendo.
- El 63% de la población se encuentra dentro del grupo de población activa. De esta, un 64,3% se dedica al sector servicios.
- La tasa de paro desciende paulatinamente año tras año, tras el parón del COVID19, siendo similar a la media gallega. El grupo con una tasa de paro más elevada es el de más de 45 años.
- El sector servicios es el que soporta un mayor porcentaje de paro con un 67%.
- La renta anual por habitante es inferior a la gallega.
- El tejido empresarial se compone fundamentalmente de microempresas con menos de 10 asalariados que en el 78% de los casos pertenecen al sector servicios y, dentro de este, destaca el comercio. El 89% de las empresas de hostelería se dedican a servicios de restauración, comidas y/o bebidas.
- La tasa de crecimiento empresarial es inferior a la media gallega y superior a la española.

En conclusión, se estima necesario tomar medidas para luchar contra el despoblamiento de la comarca y la alta tasa de paro que amenaza el sector predominante del municipio, creando empleo duradero y de calidad.

2.2.4. Parque Natural As Fragas do Eume

En cuanto al territorio del Parque Natural As Fragas do Eume ocupa un total de 9.125,65 ha², lo que representa aproximadamente una sexta parte del territorio de la comarca del Eume, siendo el municipio de Monfero el que cuenta con mayor extensión de territorio protegido.

Respecto al número de habitantes, el área protegida está habitada por 526 personas, con un total de 51 núcleos habitados (Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Infraestructuras, 2015) y una densidad de población de 5,8 habitantes/km².

2.3. Organización turística del territorio

La gestión y ordenación del territorio que conforma el Parque Natural, corresponde a la administración autonómica a través del Servicio de Parques Naturales que se encarga de la gestión de los siete parques naturales gallegos. En la tabla bajo estas líneas se describen los medios humanos y materiales, así como las fuentes de financiación del Servicio.

Tabla VI. Medios humanos y materiales. Financiación.

Medios humanos	Medios materiales	Financiación
<ul style="list-style-type: none"> • Seis vigilantes de recursos forestales. • Cuatro peones forestales. • Cuatro agentes forestales para el distrito forestal. • Un capataz forestal. • Un biólogo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Centros de Interpretación Fragas do Eume. • Centro de Visitantes de Monfero. • Una casa forestal-almacén de maquinaria. • Dos refugios de pescadores. • Dos puentes colgantes. • Vehículos todoterreno. • Red de senderos. • Señalética. • Material de oficina de oficina y de campo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fondos propios. • Convenios con el Ministerio de Medio Ambiente. • Fondos europeos (FEDER).

Fuente: elaboración propia.

Dentro de estos medios, cabe destacar los 2 centros de visitantes (Ombre y Monfero (propiedad compartida con el Ayuntamiento de Monfero), la red de senderos y los dos puentes colgantes (Cal Grande y Fornelos).

La gestión turística de los centros de visitantes corresponde al Servicio de Parques Naturales, incluida la de un tercer centro en A Capela (centro de visitantes construido y financiado con fondos de la Diputación Provincial y propiedad del Ayuntamiento de A Capela) que está cedida al Servicio. La gestión se subcontrata y la concesión se hace mediante proceso de licitación y con cargo a fondos europeos. La concesionaria se encarga de la atención a los visitantes y visitas guiadas a la naturaleza para grupos escolares y asociaciones sin ánimo de lucro. Conform Forestal es la actual empresa concesionaria.

Por otra parte la Diputación de A Coruña es la propietaria del Monasterio de Caaveiro, uno de los principales reclamos del Parque Natural. El Monasterio abre sus puertas durante todo el año, si bien su horario y días de apertura varían. Su visita es gratuita. Durante unos 5-6 meses al año, se ofrecen visitas guiadas gratuitas. Dada la gran afluencia de visitantes durante la Semana Santa y los meses de verano, se restringe el uso de vehículos particulares en el tramo final de la carretera DP-6902 del Centro de Interpretación (CI) de As Fragas do Eume al Monasterio de Caaveiro. Desde 2011 y durante este período, la Diputación de A Coruña en colaboración con la Consellería de Medio Ambiente, presta un servicio de transporte gratuito de visitantes con autobuses que circulan entre el CI y el Puente de Santa Cristina, a unos 500 metros del Monasterio. El servicio de visitas guiadas y el servicio de autobús son subcontratados mediante proceso de licitación pública. Supernova Asistencias es la actual concesionaria del servicio de visitas guiadas (a través de licitación pública del Ayuntamiento de A Capela).

Por otro lado, las distintas administraciones, Xunta de Galicia, Diputación de A Coruña y Ayuntamientos con territorio en las Fraga realizan actuaciones para la puesta en valor del Parque Natural y su explotación y promoción turística. Desde A Capela proponen la Ruta de Caaveiro, Ruta do Eume y Máis alá dos Eidos. Desde Cabanas promocionan tres rutas: Iglesia de Soaserra - Caaveiro, Iglesia de Santo Estevo de Irís - Caaveiro y Terras Altas de Cabanas. Desde Monfero, la Ruta Verde.

En el año 2010, se inició el proceso para la adhesión del Parque Natural das Fragas do Eume al modelo de turismo de calidad de la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS), que iba acompañado de un Plan de Acción. En 2012 se alcanzó la Fase I de acreditación del espacio protegido. En 2016 se inició la renovación. En 2017 se inicia la Fase II, la adhesión de las empresas

turísticas. Finalmente no se renueva la certificación y el proyecto queda abandonado (entre 2017 y 2018).

El pasado año 2020, y a iniciativa del ayuntamiento de As Pontes, se creó un equipo de trabajo formado por los representantes del ámbito turístico, políticos y técnicos, de los cinco ayuntamientos de la Comarca del Eume. El fin fue la elaboración de un Plan de Sostenibilidad Turística para la Comarca del Eume para su posterior presentación al programa de ayudas extraordinarias de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (programa de fondos europeos gestionados de la secretaria de Estado de Turismo). En 2021 se prevé seguir trabajando para conseguir las ayudas.

A nivel individual, el Ayuntamiento de As Pontes, cuenta con un Plan Estratégico de Turismo que tiene como ejes principales el desarrollo del turismo activo y deportivo, la puesta en valor del patrimonio cultural, natural e industrial, y los productos agroalimentarios locales y ferias gastronómicas. Pontedeume ha desarrollado un Plan de Movilidad que entre otras cosas estudia los accesos al espacio natural, opciones óptimas de aparcamiento y flujos de visitantes.

A nivel general, los cinco ayuntamientos del Parque Natural tienen competencias en sus respectivos territorios sobre licencias, mantenimiento de carreteras, recogida de basuras, saneamiento-abastecimiento y alumbrado, entre otros.

Otras asociaciones que han realizado esfuerzos para la mejora y promoción del sector en el espacio protegido y la comarca son EuroEume, una asociación para el desarrollo rural que hasta 2014 y con cargo a fondos europeos, llevó a cabo diferentes iniciativas como la creación de la marca de calidad “Cantinas do Eume”, y otros proyectos de colaboración público-privada como “Agroalimentaria do Eume”, “Ecoeume” y la “Universidade rural Paulo Freire do Eume”. Desde el plano más puramente turístico, crearon la marca “eumeturismo”, hoy sin actividad. Actualmente llevan a cabo actividades relacionadas con la concienciación medioambiental.

Es importante citar en este apartado al colectivo de propietarios de los terrenos del Parque Natural, con el 80% de la propiedad (Consellería de Medio Ambiente, Territorio e Infraestructuras, 2015). Existe un desacuerdo entre los propietarios y la administración autonómica desde la declaración del Parque en 1997. A día de hoy, muchos propietarios siguen reclamando compensaciones económicas. Ante la falta de acuerdo, surgen dos asociaciones para la defensa de los intereses de los propietarios (Asociación Parque Natural del Eume, Naturaleza y Desarrollo y Unión de Propietarios para la Defensa de las Fragas do Eume). Este desacuerdo es el origen principal de la inexistencia de un Plan Rector de Usos y Gestión.

Por otro lado, no nos podemos olvidar de “Betula- Asociación para la custodia del Bosque Atlántico”. Su objetivo principal es la conservación y recuperación del patrimonio natural, cultural y paisajístico utilizando como instrumento principal la Custodia del Territorio. La custodia se hace mediante la adquisición (por compra, donación o legado) de fincas, convenio con propietarios, alquileres y otro tipo de acuerdos. En su función custodia han adquirido fincas en las que están realizando trabajos de deseucaliptación y de recuperación de determinadas especies de helechos, entre otras.

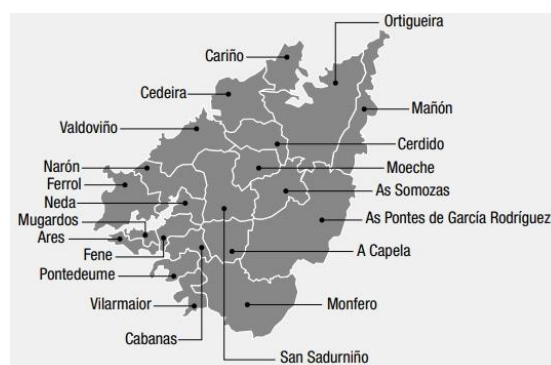
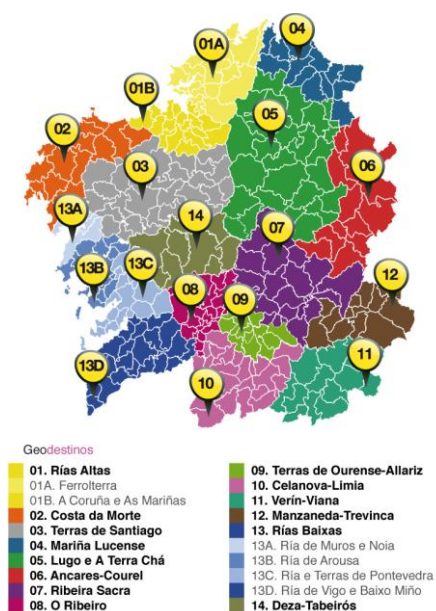
Apuntar que existe una línea de ayudas de la Consellería de Medioambiente para zonas de Red Natura y parques naturales (ayudas a inversiones no productivas vinculadas a la realización de objetivos agroambientales y climáticos), y financia con estas líneas inversiones no productivas, tales como creación y mejora de setos, vallas o senderos. También apoya la rehabilitación de elementos patrimoniales (hórreos, fuentes, cabañas) y actuaciones de preservación de los ecosistemas. Estas ayudas salen aproximadamente cada dos años y están cofinanciadas con fondos europeos.

En relación a la normativa a tener en cuenta para la organización del territorio sería, entre otras:

- ❖ Ley 9/2001, de 21 de agosto, de Conservación de la Naturaleza.
- ❖ Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad.
- ❖ DECRETO 211/1996, de 2 de mayo, por el que se aprueba el Plan de ordenación de los recursos naturales del espacio natural de las Fragas do Eume.
- ❖ DECRETO 218/1997, de 30 de julio, declara el parque natural de las Fragas do Eume.
- ❖ DECRETO 265/2007, de 28 de diciembre, por el que se modifica la composición de las juntas consultivas de los parques naturales de Galicia.
- ❖ DECRETO 37/2014, de 27 de marzo, por el que se declaran zonas especiales de conservación los lugares de importancia comunitaria de Galicia y se aprueba el Plan director de la Red Natura 2000 de Galicia.
- ❖ DECRETO 69/2016, de 19 de mayo crea la Red de parques naturales de Galicia.

Por último, a nivel turístico el territorio se encuadra dentro del geodestino Ferrolterra - Rías Altas. Los geodestinos se definen en la Ley 7/2011, de 27 de octubre de Turismo de Galicia, en su artículo 23 como *“las áreas o espacios geográficos limítrofes que comparten una homogeneidad territorial basada en sus recursos turísticos naturales, patrimoniales y culturales, con capacidad para generar flujos turísticos y que, junto a su población, conforman una identidad turística diferenciada y singular”*. El 30 de noviembre de 2011 se publica el mapa de los geodestinos que divide la autonomía gallega en 14 geodestinos, algunos de ellos a su vez divididos en subáreas, incluyendo el territorio de As Fragas do Eume dentro del Geodestino Ferrolterra – Rías Altas.

Ilustración 2. Mapa de geodestinos y geodestino Ferrolterra- Rías Altas.



Fuente: Agencia de Turismo de Galicia y Guía turística “Provincia de A Coruña. Seis destinos mágicos de tierra y mar” de la Diputación de A Coruña.

Los geodestinos turísticos reciben subvenciones anuales para la puesta en marcha de sus proyectos. La Mancomunidad de Ayuntamientos de la Comarca de Ferrol es la encargada de su gestión.

3. Análisis externo

Para el análisis de la situación del turismo en España y Galicia, y debido a la coyuntura actual de crisis sanitaria a causa del COVID19, tomaremos como principal referencia datos numéricos del 2019 que nos permitirán conocer la realidad anterior al COVID19, observando los desplazamientos nacionales e internacionales hasta esa fecha sin las restricciones de movilidad impuestas por los Gobiernos desde marzo de 2020 a la actualidad a causa de la pandemia mundial.

En el apartado de tendencias, se analizarán las tendencias previas a la irrupción del COVID19, cómo la pandemia ha influido en el comportamiento de los viajeros y cómo se espera que sea la era Post-COVID19 en el sector.

3.1. Situación del sector turístico en España

En referencia a los datos publicados por Exceltur a principios del 2020, el turismo creció en 2019 un 1,5%, por debajo del PIB, el peor dato desde 2013. Destacar que:

- Aumentaron el nº de pernoctaciones de los nacionales (destacando las pernoctaciones de españoles en hoteles de cinco estrellas (+4,9%), los vuelos interiores (+6,6%) y los pasajeros en AVE (+4,7%).
- Aumentó el gasto medio diario de los extranjeros (+ 6%, con una media de 110 euros).
- Cayeron los destinos de sol y playa.
- Crecieron los alternativos (destinos de interior, “España verde”, y destinos urbanos).

Según los datos publicados por el INE de la Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), llegaron a España 83,7 millones de turistas internacionales, lo que representa un incremento del 1,1%. A destacar:

- Los principales países de residencia de los turistas fueron Reino Unido, Alemania y Francia.
- El 82% entró en España en avión (incremento del 1,7%).
- El 81,6% se alojó en alojamientos de mercado³ (incremento del 2,4%).
- El 87,3% vino motivado por “Ocio, recreo y vacaciones” (incremento del 1,3%).
- La duración de la estancia mayoritaria fue la de cuatro a siete noches.
- El 71,9% llegaron a España sin paquete turístico (un 3,2% más que en 2018).

Hablando de gasto turístico, el INE en su Encuesta de Gasto Turístico expone que “el gasto total realizado por los turistas no residentes en España durante el año 2019 fue de 92.278 millones de euros, lo que supuso un aumento del 2,8% respecto al de 2018”. A destacar:

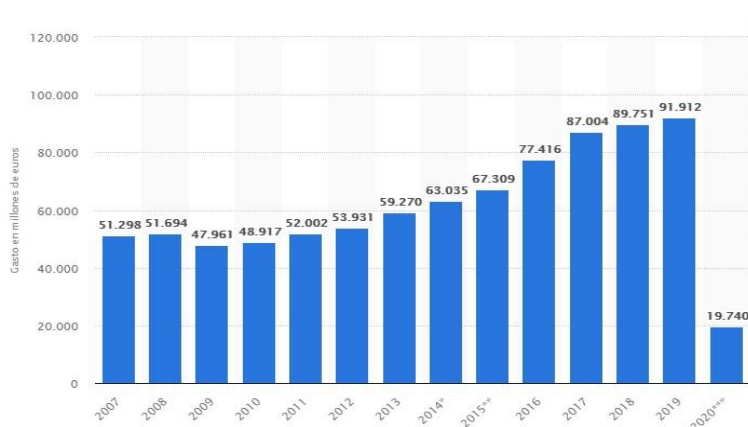
- El gasto medio diario creció un 5,8%, hasta 154 euros.
- El 64,2% del gasto total lo realizaron turistas que pernoctaron en alojamientos hoteleros (incremento del 4,4%).

³ FRONTUR distingue dos grupos principales de alojamiento, en función de si ha habido o no transacción monetaria: de mercado (alojamiento de pago; hoteles, alojamiento en alquiler, camping, casa rural y otro alojamiento de mercado) o de no mercado (vivienda en propiedad, vivienda de familiares o amigos y otro alojamiento de no mercado).

- El gasto de los turistas que no viajaron con paquete turístico subió un 5,5% y el de los que contrataron paquete turístico decreció un 3,1%.

En cuanto a la situación del turismo en España en 2020, se presenta bajo estas líneas una comparativa del gasto de los turistas internacionales entre 2007 y 2020, donde se aprecia un 2020 marcado por la pandemia de COVID19, donde la caída de la llegada de visitantes extranjeros a España fue del 71%.

Gráfico 12. Gasto de los turistas internacionales que visitaron España entre 2007 y 2020 (millones de euros).



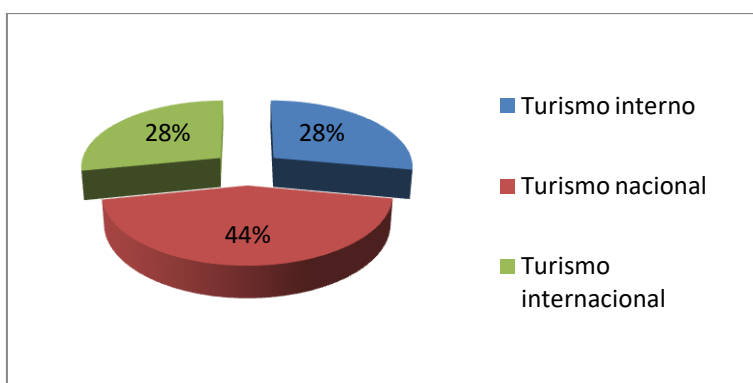
Fuente: Statista.

3.2. Situación del sector turístico en Galicia

A nivel autonómico, el año 2019 fue un año de records para el turismo gallego. Según datos del informe Balance Turismo en Galicia 2019:

- Galicia fue la Comunidad en la que más creció el turismo en todo el Estado (se incrementó el turismo gallego, el nacional y el internacional).
- La apuesta por el sector fue fuerte, con una gran inversión por parte de la administración económica.
- Recibió 5,1 millones de visitantes, repartidos según su procedencia tal como vemos en el gráfico bajo estas líneas.

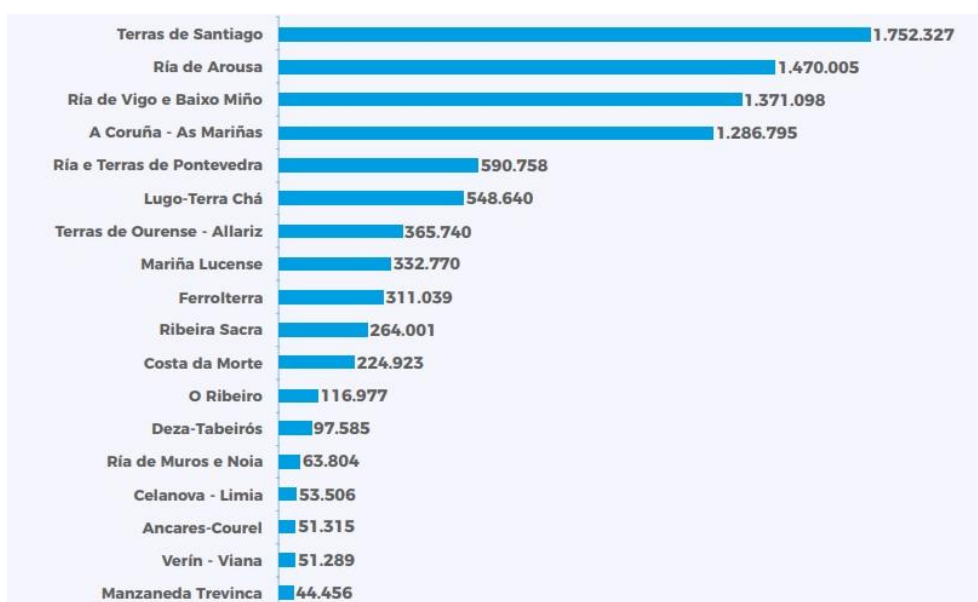
Gráfico 13. Viajeros según procedencia.



Fuente: Agencia Gallega de Turismo.

- El 63,8% de los viajeros que llegaron a Galicia lo hicieron durante la temporada media o baja, haciéndolo el 36,2% restante durante la temporada alta.
- A Coruña y Pontevedra concentraron la mayor parte de las pernoctaciones y turistas.
- Los geodestinos más demandados en 2019 fueron los de Terras de Santiago, Ría de Arousa, Ría de Vigo e Baixo Miño y A Coruña-As Mariñas, situados en las cuatro primeras posiciones. El geodestino Ferrolterra-Rías Altas se posicionó en el número 9 de 18 con 311.039 visitantes.

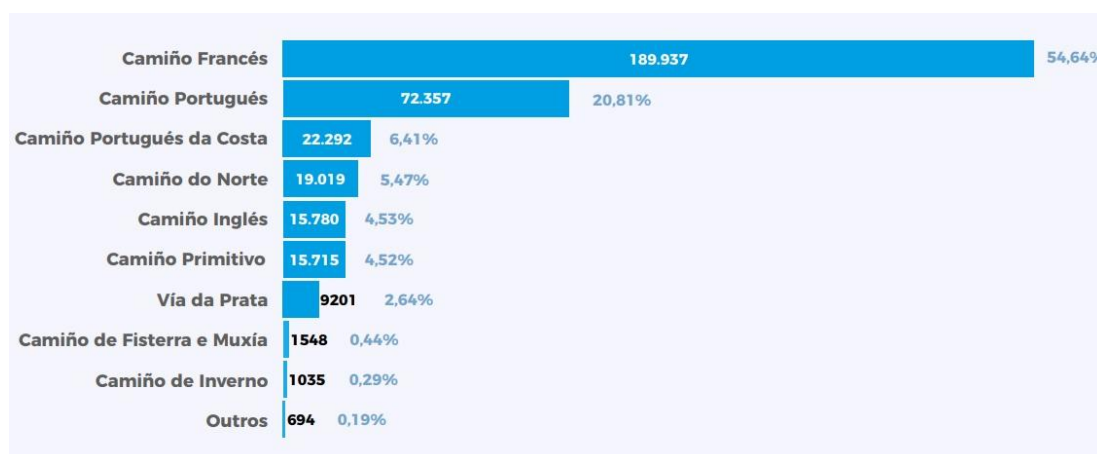
Gráfico 14. Nº de viajeros según geodestino.



Fuente: Agencia Gallega de Turismo.

- Los viajeros extranjeros más numerosos llegaron desde Portugal, seguido de Alemania, EEUU, Italia, Francia, Reino Unido, Irlanda y Países Bajos.
- Los estatales fueron de la propia comunidad, seguido de Madrid, Castilla y León, Andalucía, Asturias, Cataluña, País Vasco y Comunidad Valenciana.
- El número de peregrinos del Camino de Santiago aumentó un 6% con respecto al año anterior, alcanzando los 347.578 peregrinos. El Camino Inglés, que pasa por Cabanas y Pontedeume, fue el quinto camino más transitado con el 4,53% del total de peregrinos y 15.780 caminantes (Oficina del Peregrino de Santiago de Compostela) lo que representa un incremento del 11,5% con respecto a 2018, y duplica de largo los peregrinos del año santo del 2010.

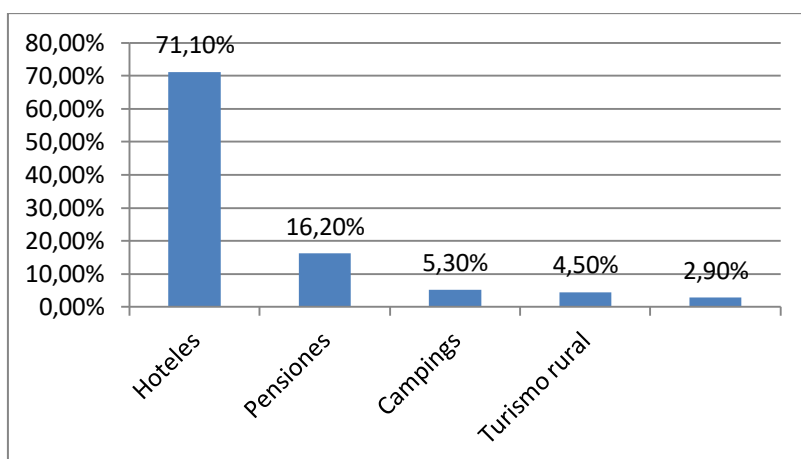
Gráfico 15. Nº de peregrinos según vía de peregrinación.



Fuente: Agencia Gallega de Turismo.

- El 71,1% de los visitantes eligieron los hoteles para alojarse, con las pensiones en segunda posición con el 16,2%. En último lugar se encuentran los campings, alojamientos de turismo rural y los apartamentos turísticos con 5,3%, 4,5% y 2,9% respectivamente.

Gráfico 16. Tipo de alojamiento elegido.



Fuente: Agencia Gallega de Turismo.

3.3. Tendencias

En su informe Panorama del Turismo Internacional (Edición 2019), la OMT apuntaba las siguientes tendencias de viaje por parte de los consumidores:

- El viaje “para cambiar”, que apunta al deseo de los viajeros de vivir como la población local, la búsqueda de la autenticidad y de transformación personal.
- El viaje “para enseñar”, momentos, experiencias y destinos para después compartirlo en las Redes Sociales.
- Búsqueda de una vida sana, con un auge del turismo a pie, turismo de salud y turismo deportivo.
- Crecimiento de la economía “de acceso”⁴.
- Viajes en solitario o multigeneracionales como consecuencia del envejecimiento de la población y del aumento del número de hogares unipersonales.
- Mayor conciencia de la sostenibilidad, de la necesidad de eliminar los plásticos y la problemática del cambio climático.

En referencia al uso de internet para la reserva de los viajes, una encuesta realizada por Musement⁵ en 2019 recogía que 86,6% de los encuestados aseguraba reservar sus viajes online frente al 12% que lo hacía en una agencia de viajes.

⁴ La economía de acceso es aquella en la que la empresa proporciona un servicio y pone a disposición de un conjunto de usuarios unos bienes para su uso temporal.

⁵ Plataforma de reserva de actividades en destino a nivel mundial.

Por su parte, la crisis del COVID19 ha acelerado algunas de las tendencias que se venían detectando en los últimos tiempos: pujanza de las nuevas tecnologías, viajeros muy informados que comparan y buscan los mejores precios y promociones, aumento del turismo interno, alquileres vacacionales, boom del caravanning, turismo consciente, búsqueda de destinos no masificados e incremento del turismo de naturaleza, entre otras.

En informe anual de Booking.com realizado en 2020 a partir de encuestas a más de 200.000 usuarios de la plataforma, junto con los datos de reservas y el comportamiento de los usuarios, nos acerca información de interés sobre los actuales valores a la hora de seleccionar el destino:

- El viaje como necesidad. Después de las restricciones de movilidad debidas a la pandemia del COVID19, el deseo de ver mundo de los usuarios se multiplica en un 53%.
- La más que probable recesión económica, incrementará la búsqueda de promociones y ofertas (55% de los encuestados), y hará que se demanden mayor flexibilidad y transparencia (74% de los participantes).
- Preferencia por destinos cercanos (47%), conocidos (50%) y de naturaleza (46%).
- Deseo de viajar a destinos remotos, el 21% de los participantes se plantea viajar a la otra parte del globo a finales de 2021 (frente al 6% que quería hacerlo a finales de 2020).
- La seguridad sanitaria se convierte en una prioridad. El 79% de los encuestados tomará medidas debido al COVID19.
- Preferencia por los transportes privados (46% de los encuestados), lo que redundará en un aumento de los viajes de carretera, así como del alquiler de coches y autocaravanas.
- A la hora de viajar, los participantes aceptan el uso de mascarillas (62%) y controles médicos en destino (67%), pero rechazan las cuarentenas (73%).
- Conciencia por el cuidado y respeto hacia el planeta. El 69% elegirá opciones de viaje más sostenibles e intentará reciclar y reducir la emisión de residuos en 53% durante sus vacaciones.
- Pujanza del turismo regenerativo que busca el impacto directo de los ingresos por turismo en la economía local del destino. Al 63% le gustaría contribuir con su dinero a la recuperación de los destinos, y el 55% desea que su dinero vuelva a la población local.
- Búsqueda de destinos alternativos y sin aglomeraciones (48%).
- Preferencia por las actividades al aire libre. El 69% quieren disfrutar de placeres, como pasar tiempo al aire libre o irse de vacaciones en familia. El 56% optará por los entornos rurales o naturales.

- Teletrabajo y vacaciones. El 37% se plantea desplazarse a algún destino de vacaciones mientras teletrabaja, y el 40% no tendría problema en pasar por una cuarentena si pudiese teletrabajar.
- Auge de las nuevas tecnologías. El 63% de los encuestados aboga por el uso de las nuevas tecnologías en los alojamientos para hacer que sus clientes se sientan seguros, y más de la mitad las prefieren para hacer reservas de última hora en restaurantes y personalizar sus viajes.

En relación al turismo de naturaleza y el turismo sostenible, el incremento en la búsqueda de este tipo de destinos se viene apreciando desde hace unos años. Los altos niveles de estrés de una población que vive en su mayoría en entornos urbanos (más de la mitad de la población según datos de la ONU de 2018), origina que cada vez sean más las personas que buscan el contacto con la naturaleza en su tiempo libre y vacaciones, a lo que se une el cada vez más habitual deseo de una vida más saludable, propiciando las prácticas relacionadas con el turismo de naturaleza. “El turismo de naturaleza supone una enorme oportunidad de contactar con las raíces naturales y saludables que las personas necesitan en los hábitats en los que conviven” (Martínez Quintana, 2017). La pandemia del COVID19, acelera y acentúa esta tendencia.

Por otra parte, la problemática medioambiental en la que nos hayamos inmersos, está provocando que la población se conciencie de la necesidad de prácticas turísticas sostenibles que no dañen el medio ambiente.

Según el Plan Integral de Turismo de Galicia 2014-2016, el paisaje de Galicia es el aspecto mejor valorado y la segunda motivación para viajar a Galicia. El 30,8% de los turistas que visitan Galicia, visita reservas naturales y parques, y el 19,2% realizan actividades como el senderismo/montañismo.

Ilustración 3. Grupo de turistas en la ruta de senderismo Camino Encomendeiros.



Fuente: elaboración propia.

La práctica de senderismo ha sufrido un importante auge en los últimos años. Si en 2009 la práctica de esta modalidad de turismo de naturaleza se correspondía con el 4,2% de la población, en 2019 hablamos del 9,3%, que asciende hasta el 10,2% en 2020 (Statista, 2021). El informe “Análisis del perfil de los usuarios-visitantes del medio natural en España 2017-2018” de la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada, refleja que entre los usuarios-visitantes de los espacios naturales españoles la práctica más común es el “senderismo, caminar, pasear” con el 72,5% de los encuestados que la practican, seguido de lejos de la práctica del “montañismo” (12,30%). En tercera posición se encuentra el “pic-nic, comida en el campo” (10,50%), en la cuarta la “observación y/o fotografía de naturaleza” (9,80%), y, en quinto lugar, el “cicloturismo, BTT, BMX” (8,60%).

4. Análisis interno

4.1. Oferta

En este apartado se recoge la información relativa a los recursos turísticos (naturales, culturales, patrimoniales y otros), equipamiento, infraestructura, empresas de turismo complementario, y otra información que se considera de interés para un análisis en profundidad. En la tabla bajo estas líneas se listan los principales recursos, equipamiento e infraestructura turística que encontramos dentro del espacio protegido.

Tabla VII. Principales recursos e infraestructuras turísticas del Parque Natural Fragas do Eume.

Recursos naturales	Recursos culturales	Equipamiento e infraestructura turística
<ul style="list-style-type: none"> • Fraga atlántica (robles, tejos, fresnos, alisos, avellanos, castaños, laureles, acebos, madroños, alcornoques, ...). • Matorral. • 28 especies de helechos que persisten desde el período geológico Terciario. • 200 especies de líquenes. • Setas. • Cerca de 100 especies de flores. • Más de 100 especies de aves (buzo real, halcón peregrino, ...). • Peces como la trucha y el reo. • Especies endémicas de invertebrados y reptiles como la rana ibérica y la salamandra rabilarga. • 40 especies de mamíferos (murciélago pequeño de herradura, lobo, corzo, jabalí, nutria, marta, garduña, jineta, tejón, ...). • Río Eume. • Río Sesín. • Río Frei Bermuz. • Embalse del río Eume. • Cañón del río Eume. • Fervenza da Mazoca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Excolegiata de Santa María de Caaveiro (BIC). • Monasterio de San Xoán de Caaveiro. • Puente de piedra sobre el río Sesín. • Antigua Central Hidroeléctrica de la Ventureira. • Casa do Pazo (Múseo etnográfico da Capela). • Parque etnográfico do Sesín (Múseo etnográfico da Capela). • Monasterio de Santa María de Monfero (BIC). • Iglesia de Santa Olaia de Soaserra. • Ermita de Santo André. • Iglesia de San Pedro de Eume. • Patrimonio Etnográfico (alpendres, cuerdas, eras, pajares, pozos, hórreos, cabañas, bodegas, colmenares, molinos, erizales, construcciones del territorio, fuentes y lavaderos). • Foso de lobos. • Cuevas cuartel de la guerrilla antifranquista en Cabanas. • Ruta del Medioevo. • Restos prehistóricos. • Machico de As Ferrerías. • Antiguas carboneras. • Museo Casa do Mel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mirador de Teixido. • Mirador de Monte Pendella. • Mirador de Caaveiro. • Mirador de Carbueira. • Mirador de Pena Cavada. • Áreas recreativas de Xunqueira de Arriba e Xunqueira de Abaixo (Ombre, Pontedeume). • Área recreativa de Alameda, en las Fragas do Eume (Ombre, Pontedeume). • Área recreativa de Figueiras. • Área recreativa de Teixido. • Puente colgante de Cal Grande. • Puente colgante de Fornelos. • Puente de Santa Cristina. • Centro de Interpretación Fragas do Eume. • Centro de Visitantes de Monfero. • Centro de Visitantes de A Capela. • Camiño de Pena Fesa. • Camiño de Os Encomendeiros. • Camiño de Os Corzos. • Camiño de Os Cerqueiros. • Camiño de Fontardiñ. • Camiño de A Ventureira. • Camiño de A Pasada Vella. • Camiño Cumios de Sanguiniedo. • Refugio de pescadores de Cal Grande. • Embarcación tradicional Anduriño.
Productos gastronomicos	Productores locales	Fiestas y eventos
<ul style="list-style-type: none"> • Requeixo (A Capela) . • Queixo Mouro (A Capela). • Grelo (As Pontes y Monfero). • Mantecadas y polvorones tradicionales (As Pontes). • Setas. • Miel. • Castaña. • Trucha. • Reo. • Sardiñas Lañadas (Pontedeume). • Filetes da Marola (Pontedeume). • La costrada (Pontedeume). • Los melindres (Pontedeume). • Los almendrados (Pontedeume). • El manguito eumés (Pontedeume). • La prolla (Pontedeume). • La tarta de Pontedeume. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa Campo Capela. • Agroalimentaria do Eume. • Queserías do Eume. • Nueve productores certificados por CRAEGA (Consello Regulador Agricultura Ecolóxica de Galicia) . • Productores de razas autóctonas gallegas (As Pontes, Cabanas y Pontedeume). 	<ul style="list-style-type: none"> • Trail Mosteiro de Caaveiro. (A Capela). • Concurso de Fotografía Concello de A Capela. • Noite no Mosteiro (A Capela). • Festa do Requeixo (A Capela). • Fiesta “Tal como éramos” (A Capela). • Feria etnográfica Etnoeume (A Capela). • Feria de Fungos e Cogumelos (As Pontes). • Feria de Miel y Queso (As Pontes). • Feria del Grelo (As Pontes). • Fiesta etnográfica A fía da lá (Cabanas). • Festa do Grelo de Monfero . • Grelo Folc (Monfero). • Romería de la Virgen de la Cela (Monfero). • Trail Fragas do Eume . • Baixada do Eume.

Fuente: elaboración propia.

4.1.1. Recursos turísticos

Recursos naturales

Las Fragas do Eume son el último refugio de una gran cantidad de especies. Aquí podemos ver el ejemplo mejor conservado de Europa a esta altitud de lo que sería el paisaje típico de hace millones de años en la Galicia costera, y distintas especies autóctonas incluidas un gran número de especies endémicas. Su peculiaridad o carácter único parte de su situación a nivel del mar con un clima más cálido que en zonas más elevadas y que, junto a la humedad, permite que hayan pervivido especies de los bosques del terciario. Se trata de la mejor representación de cómo fueron los bosques a baja altitud de la llamada región atlántica, además de ser el de mayor extensión y el mejor conservado.

Abundan en las Fragas los robles, alisos, fresnos, olmos, sauces, castaños y laureles, y otras especies menos comunes como los acebos y tejos. Entre los arbustos, el espino albar y el albedro. Todos ellos conviven con especies como el arándano, el brizo, la violeta, y lianas como la hiedra o la madreselva.

Especial mención merecen los helechos. Algunos tipos son muy raros, herederos de la vegetación del período Terciario, hace unos cincuenta millones de años.

La fauna en las Fragas do Eume está formada por más de 170 especies. Entre las aves destacan azor o rapaces nocturnas como el búho real. Entre los mamíferos, las poblaciones de jabalís, corzos, ciervos, nutrias, jinetes, martas y en lobos, en las partes más internas del Parque Natural. También existe una grande variedad de anfibios como la salamandra rabilarga, el sapo partero, el sapo corredor y el tritón ibérico. Entre la fauna acuática destaca el reo.

El río Eume vertebró el territorio. En sus 76 kilómetros de recorrido, labró un profundo cañón. Gran parte del cañón se encuentra bajo las aguas del embalse del Eume. En este punto las paredes de granito alcanzan los 300 metros de altitud. A lo largo del cañón existe una ruta no oficial, altamente publicitada por su gran atractivo en internet y que pasa por zonas poco seguras.

Las aguas del río son navegables en los últimos cinco kilómetros antes de la desembocadura y en otras zonas (con permisos especiales y para embarcaciones pequeñas), y son muy apreciadas para la práctica del piragüismo y la pesca.

Incluimos en este apartado la red de Caminos del Parque Natural de las Fragas del Eume y los miradores. La red de Caminos está formada por ocho rutas de senderismo que recorren los diferentes ecosistemas presentes en este espacio natural.

Ilustración 4. Mapa de As Fragas do Eume.



Fuente: www.galicianaturaleunica.xunta.gal

La señalización de las rutas está muy deteriorada y en el 50% de los casos faltan elementos de señalización sobre el terreno. Por otro lado, en más del 60% de los casos la señalización al punto de partida de las rutas es insuficiente. A esto se suma que en el 37% de las áreas la cobertura móvil no es buena, lo que impide la utilización de aplicaciones de navegación que funcionen a través de la red móvil.

Ilustración 5. Vistas desde el mirador de Teixido.



Fuente: elaboración propia.

El Parque cuenta con cinco miradores: Teixido, Monte Pendella, Caaveiro, Pena Cavada y Mirador da Carboeira. Carboeira y Pena Cavada se encuentran en mal estado de conservación.

Se observa que las infraestructuras creadas para el disfrute de visitantes y turistas se hallan en cierto estado de abandono. Es necesario el mantenimiento preventivo de todas las infraestructuras para crear una imagen de calidad en el destino.

Por su parte, el paisaje y la riqueza natural del Parque se encuentran en peligro debido a la expansión de las plantaciones de eucalipto. Esto implica el empobrecimiento de las cadenas tróficas, la pérdida de biodiversidad vegetal y animal, entre otros. La figura de parque natural no parece haber tenido ninguna implicación para la protección de los valores ecológicos, se estima que “el eucalipto se expandió en todas las zonas hasta un 19% a la vez que el bosque atlántico menguó” (Cidrás, 2018). Cidrás habla de un incremento de zona de repoblaciones de eucalipto de 214,66 hectáreas (1.016,66 hectáreas en 1997, según datos del Decreto 211/1996, de 2 de mayo, por el que se aprueba el Plan de ordenación de los recursos naturales del espacio natural de las Fragas do Eume). El bosque atlántico, que en 1997 representaba el 35,6% del territorio, ocupaba en 2019 sólo el 32,46%. Desde el punto de vista turístico, la pérdida del paisaje propio tiene un impacto negativo en la experiencia del visitante que espera encontrar un paisaje formado por especies autóctonas y que conserva su identidad, y se encuentra con que el destino no cumple sus expectativas.

Recursos culturales

Destaca dentro del patrimonio cultural del Parque Natural, el Monasterio de San Xoán de Caaveiro, con su origen en el S. X. El recinto del Monasterio está formado por varias edificaciones, algunas ya desaparecidas, que son: la Iglesia principal, la Iglesia de Santa Isabel, celdas, el cabildo, la sacristía, el pozo, almacenes, el archivo, el campanario, etc. Se encuentra enclavado en medio de las Fragas. Es punto de llegada del Camiño dos Encomendeiros y punto de paso del Camiño de A Ventureira. El conjunto está declarado como monumento histórico artístico, conjunto histórico y paraje pintoresco.

En las cercanías del Monasterio, encontramos el Puente de piedra y el río Sesín. La construcción del puente se sitúa entre finales del S.XVI y el S. XVII. El conjunto lo rematan los restos de un molino que daba servicio al Monasterio.

Ilustración 6. Monasterio de Caaveiro.



Fuente: elaboración propia.

También el municipio de A Capela, se sitúa la Antigua Central Hidroeléctrica de la Ventureira, que comenzaba a funcionar en 1903, distribuyendo electricidad al entorno. Dejó de funcionar en 1959, con la puesta en marcha de la vecina Central do Eume por la que hoy cruza el Camiño de A Ventureira. Es el punto de partida/llegada del Camiño de Fortandión y de la Ruta del Cañón del Eume. Es propiedad de la empresa Endesa y se encuentra en estado de abandono.

La Casa do Pazo forma parte del conjunto etnográfico Museo Etnográfico da Capela junto al Parque etnográfico do Sesín. La Casa fue casa prioral en el S. XV y después casa rectoral. El edificio se presenta como una casa tradicional, donde encontrar los apeos y utensilios necesarios en una casa tradicional labriega, además de las herramientas de los oficios tradicionales en la zona. El Parque etnográfico do Sesín, es un ecomuseo integrado en la ruta “máis alló dos eidos” que hace un recorrido por el patrimonio etnográfico y los usos tradicionales del bosque.

El Monasterio de Santa María de Monfero fue fundado a principios del siglo XII y renovado completamente en el XVII. Se trata de un conjunto formado por varios edificios: Iglesia, sala capitular, capillas laterales, baptisterio, tres claustros (Hospedería, Procesional y Dormitorio), refectorio y cocina. En 1999 fue declarado Bien de Interés Cultural. Actualmente se encuentra en estado de abandono. El Monasterio es propiedad de la Archidiócesis de Santiago, si bien su uso se cedió a la Xunta de Galicia en 2003 para su reforma como hotel de cuatro estrellas y un centro lúdico termal. En 2007 la Consellería de Cultura daría luz verde al proyecto, que quedaría paralizado en 2010. La cesión excluyó la iglesia, la sacristía, la antigua nave medieval y el patio. Actualmente el

ayuntamiento de Monfero tiene cedido el uso de la iglesia, la sacristía, el coro, el campanario, el patio y la sala capitular.

Ilustración 7. Monasterio de Monfero.



Fuente: elaboración propia.

Dentro del patrimonio etnográfico destacamos las *curripas* (erizales). Se trata de una construcción de forma circular y normalmente echa de piedras de granito o pizarra, que servía para almacenar los erizos de las castañas. Son muy abundantes en la fraga. Se pueden ver algunas en las proximidades de la Central del Eume y en las cercanías del Camiño de Encomendeiros.

4.1.2. Equipamiento e infraestructura turística

Alojamientos

Veamos a continuación la oferta de alojamiento turístico disponible en la comarca y formado por un total de 37 alojamientos. Se incluyen en la tabla bajo estas líneas, las viviendas de uso turístico (VUT), definidas en el decreto autonómico 12/2017, de 26 de enero, por el que se establece la ordenación de apartamentos turísticos, viviendas turísticas y viviendas de uso turístico en Galicia como “las cedidas a terceras personas, de manera reiterada y a cambio de contraprestación económica, para una estancia de corta duración, amuebladas y equipadas en condiciones de inmediata disponibilidad y con las características previstas en este decreto”, con lo que el nº total de alojamientos se elevan a 80.

Tabla VIII. Alojamientos en la Comarca del Eume (2020).

Tipo	Categoría	Establecimiento	Plazas	Dimensión
Hotel	3*	3	441	147
	2*	1	54	54
	1*	2	24	12
Total		6	519	71
Pensión	3*	3	174	58
	2*	5	88	18
	1*	8	75	9
Total		16	337	28
Apartamento	2 llaves	1	15	15
	1 llave	2	41	21
Total		3	56	18
Camping	2ª categoría	3	527	176
Total		3	527	176
Turismo rural	Grupo-B	5	68	14
	Grupo-C	2	24	12
Total		7	92	13
Albergue	2ª categoría	2	36	19
Total		2	36	19
VUT		43	149	3
Total		43	149	3

Fuente: Agencia de Turismo de Galicia.

Atendiendo a las categorías de los alojamientos (Tabla 8), las pensiones de 1 estrella son el tipo de alojamiento más común. Empatán en segunda posición, las pensiones de 2 estrellas y el turismo rural grupo-B. Sin embargo, atendiendo a las categorías y el número de plazas, en primera posición están los campings, y en segunda los hoteles de 3 estrellas. Identificamos una oferta de alojamientos de calidad media/baja, sin alojamientos de categoría superior, solo pensiones de 3 estrellas. En cuanto a distintivos de calidad turística en España, solo uno de los alojamientos posee la Q de calidad.

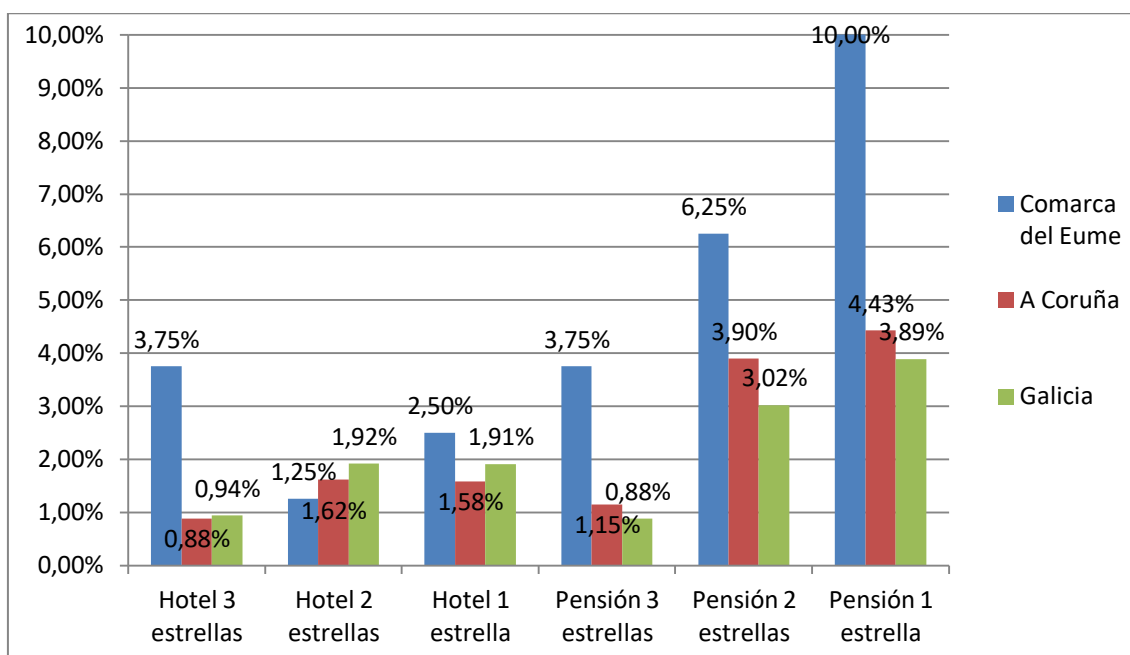
Según la modalidad, las VUT son el tipo de alojamiento más común (43), seguidos de las pensiones (16), turismo rural (7), hoteles (6), campings y apartamentos turísticos (3 y 3) y albergues turísticos (2).

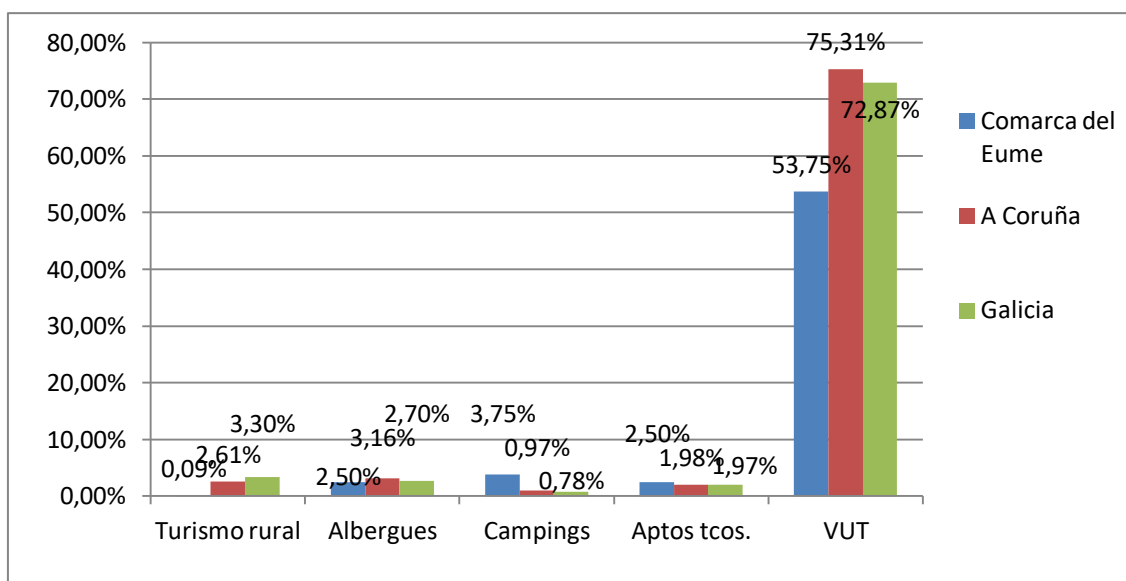
El número de plazas se reparte principalmente entre los alojamientos hoteleros (hoteles y pensiones, 50%) y los campamentos de turismo (31%). El resto está dividido entre los alojamientos restantes de la siguiente manera: viviendas uso turístico (9%), turismo rural (5%), apartamentos (3%) y albergues (2%).

Atendiendo a las categorías y tipos de alojamiento en la comarca en comparación con la provincia y la comunidad autónoma (tabla 9), apreciamos que:

- Los hoteles de tres estrellas están por encima del porcentaje de hoteles de esta categoría tanto en la provincia como en la comunidad. La cantidad de hoteles de dos estrellas es similar, y la de una estrella ligeramente superior.
- Con respecto a las pensiones, su número es superior en las tres categorías posibles, destacando especialmente el nº de pensiones de tres estrellas.
- Los alojamientos de turismo rural cuentan con una presencia menor que a los otros niveles, lo que no deja de llamar la atención tratándose de un territorio predominantemente rural.
- Los albergues y apartamentos turísticos tienen una representación similar.
- Los campings están ligeramente por encima.
- El nº de VUT es mucho menos representativo, si bien representa más del 50% del alojamiento, a los otros niveles superan el 70%.

Gráfico 17. Comparativa de alojamientos según categoría entre la Comarca del Eume, la provincia y la comunidad autónoma.





Fuente: Agencia de Turismo de Galicia.

Respecto al reparto por municipios, a la cabeza se sitúan Pontedeume y Cabanas, los municipios costeros de la comarca, con mayor tradición turística, y conocidos por ser “villas de veraneo”. Pontedeume cuenta con 45 alojamientos, el 62% se corresponde con viviendas de uso turístico, seguido de las pensiones con el 22%, y suma un total de 872 plazas. Cabanas cuenta con 15 alojamientos, de los que el 80% son viviendas de uso turístico, y aglutina 501 plazas de alojamiento. Les siguen Monfero, As Pontes y A Capela, los municipios de interior, con 203, 113 y 103 plazas de alojamiento turístico respectivamente. Pontedeume y Cabanas aglutinan el 76,6% de las plazas de alojamiento.

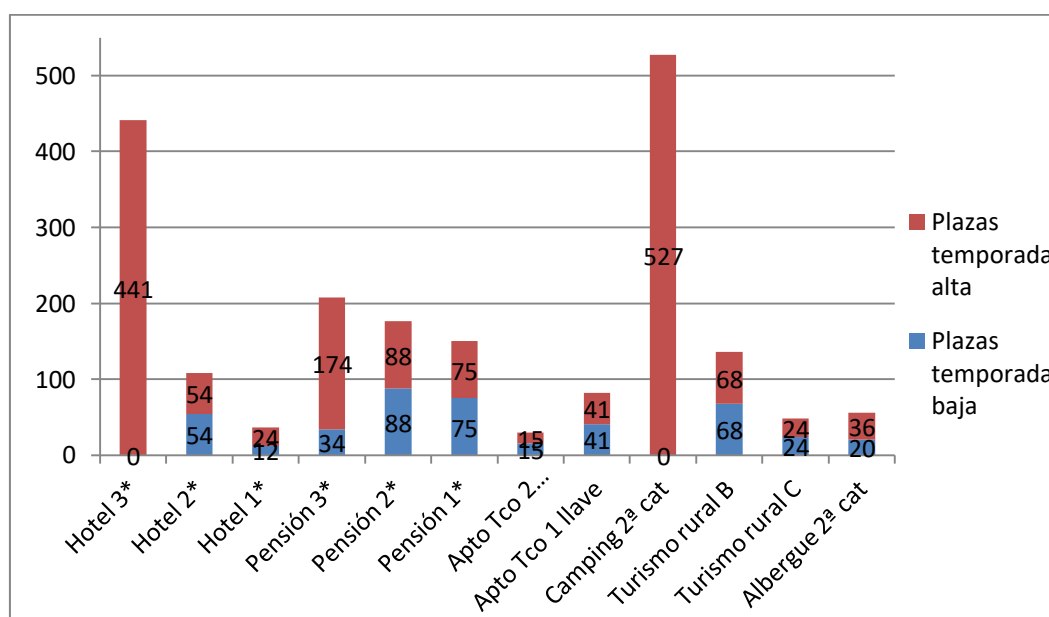
Tabla IX. Nº de alojamientos de los municipios de la Comarca del Eume según modalidad (2020).

	Albergues turísticos	Hoteles	Pensiones	Turismo rural	Apartamentos Turísticos	VUT	Camping
A Capela	1	1	1	2	0	1	0
As Pontes	0	1	4	0	0	1	0
Cabanas	0	1	1	0	1	12	0
Monfero	0	1	0	4	1	1	1
Pontedeume	1	2	10	1	1	28	2
Total	2	6	16	7	3	43	3

Fuente: Agencia de Turismo de Galicia.

En cuanto a la estacionalidad de la oferta hotelera (gráfico 18), sólo el 27,5% de las plazas de alojamientos tradicionales están disponibles todo el año (431 de 1.567 plazas). Concretamente la oferta de alojamiento en hotel de 3 estrellas y campamento de turismo se reduce a la temporada media/alta (normalmente desde Semana Santa hasta principios del otoño).

Gráfico 18. Variación del nº de alojamientos según temporada (2020).



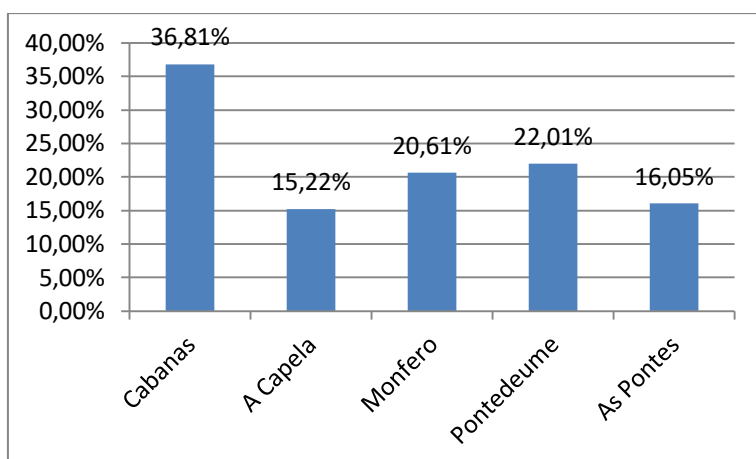
Fuente: Agencia de Turismo de Galicia.

En cuanto al turismo de segunda residencia o residencial, la comarca cuenta con 15.322 viviendas de las que un 22% son segundas residencias (IGE, 2011). El porcentaje para la comunidad autónoma es de 15,50%. Con lo que la comarca se sitúa ligeramente por encima.

Si atendemos al reparto por municipios, destaca Cabanas que duplica el nº de segundas residencias de A Capela y As Pontes. Sólo A Capela se coloca por debajo de la media gallega (Gráfico 19).

Además, y dado el auge del caravanning, es interesante apuntar que existen dos áreas de caravanas, una de gestión pública en As Pontes y otra de gestión privada en Monfero.

Gráfico 19. Reparto por municipios de las segundas residencias (2011).



Fuente: IGE.

En cuanto a los alojamientos situados dentro de los límites del Parque Natural, existe dos: un alojamiento de turismo rural (Grupo- B) en el Municipio de Monfero llamada Casa Piñeiro, que se encuentra muy próxima a la entrada de dos de las rutas del senderismo de la Red de Senderos, y del Embalse del Eume, y que cuenta con 10 plazas; y una vivienda de uso turístico llamada Villa Valedoso situada en el ayuntamiento de Cabanas y que cuenta con 5 plazas de alojamiento.

En resumen.

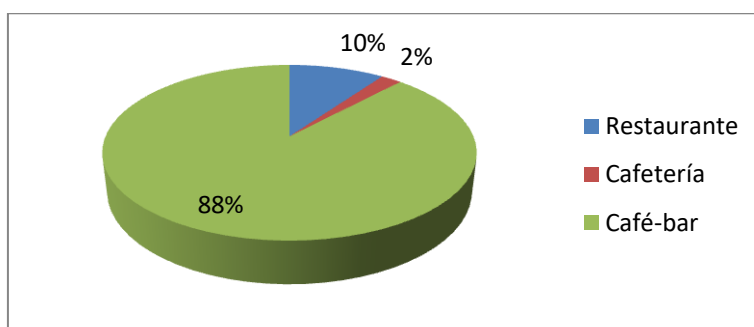
- nos encontramos con una oferta de alojamientos predominantemente estacionales, principalmente aquellos alojamientos de gran capacidad funcionan principalmente durante la temporada alta,
- de categoría media-baja,
- con una escasa oferta para turistas que busquen alojamientos en la naturaleza diferentes a los campamentos de turismo.
- El mayor porcentaje de plazas de alojamiento corresponde a los alojamientos hoteleros.
- Alto porcentaje de viviendas de segunda residencia.

En conclusión, se detecta la necesidad de ampliar la red de alojamientos de turismo de naturaleza y/o turismo rural.

Establecimientos de restauración

La oferta de establecimientos de restauración está formada en su mayoría por cafés-bar, con un porcentaje bajo de restaurantes (10%). Sólo uno de los establecimientos cuenta con la Q de calidad y la certificación Galicia Calidade. Existen cuatro restaurantes certificados con la marca de calidad “Cantinas do Eume”, una certificación fundamentada en una carta de comidas basadas en productos locales, así como un ambiente agradable y cuidado.

Gráfico 20. Establecimientos de restauración según tipo.



Fuente: elaboración propia.

Se presenta a continuación la oferta de establecimientos de restauración agrupados por tipo y municipio de localización.

Tabla X. Establecimientos de restauración por municipios (2020).

	Restaurante	Cafetería	Café-bar
A Capela	4	0	19
As Pontes	15	4	140
Cabanas	14	0	60
Monfero	4	0	31
Pontedeume	14	7	205
Total	51	11	455

Fuente: Agencia de Turismo de Galicia.

En cuanto a la oferta de restauración dentro de los límites del Parque Natural, sólo existen dos establecimientos. Funcionan en régimen de concesión: el restaurante Falúa do Eume (antiguo Andarubel) y el café-bar Taberna de Caaveiro.

4.1.3. Otra oferta complementaria

Veamos a continuación la oferta complementaria:

Tabla XI. Otra oferta complementaria.

Nombre de la empresa	Tipo de servicios turísticos que presta/descripción	Lugar donde realizan la actividad
CI Fragas do Eume	Información al visitante. Exposición permanente con paneles informativos y material divulgativo.	Pontedeume
Centro de visitantes	Información al visitante. Exposición sobre las Fragas.	A Capela
El Centro Visitantes	Información al visitante. Exposición sobre las Fragas.	Monfero
Oficinas de Turismo	Información al visitante.	As Pontes
Oficinas de Turismo	Información al visitante.	Cabanas
Oficinas de Turismo	Información al visitante.	Pontedeume
Barbol Viajes	Agencias de viajes minorista	As Pontes
ZT1409	Agencias de viajes minorista	As Pontes
Eume Viajes	Agencias de viajes minorista	Pontedeume
Galicias Low Tour	Agencias de viajes minorista	Pontedeume
Viajes Ecuador	Agencias de viajes mayorista-minorista	Pontedeume
Taxis	Servicio de transporte público de pasajeros	Comarca
Embarcadero Campo do Oito	Embarcadero	Cabanas
Embarcadero Pontedeume	Embarcadero	Pontedeume
Asociación Cabanas Rural	Talleres de hilado de lana (A fía da lá)	Cabanas
Anduriño	Barco tradicional que ofrece recorridos turísticos por el río Eume	Cabanas

Nombre de la empresa	Tipo de servicios turísticos que presta/descripción	Lugar donde realizan la actividad
Eumenatura	Turismo activo. Senderismo, rutas en BTT y campo de obstáculos	Fragas do Eume
Cantil	Turismo activo. Escalada	Fragas do Eume
Firrete aventura	Turismo activo. Kayaks	Fragas do Eume
Cabanas KDM Ocio Activo	Turismo activo. Kayaks	Fragas do Eume
Marmar Outdoor	Turismo activo. Kayaks	Fragas do Eume
A Barca de Ramón	Turismo activo. Kayaks	Fragas do Eume
CD Fragas do Eume	Turismo activo. Kayaks	Fragas do Eume
Club Náutico Folixa	Turismo activo. SUP	Fragas do Eume
Casa Lourán	Agroturismo	Monfero
Monfero rural	Agroturismo, Escalada y rapel, Kayak, Circuito multiaventura, Carreras de Orientación y Rutas a Caballo	Monfero
Northwest Paintball	Paintball	Pontedeume
Club de piragüismo grupo xuvenil	Piragüismo y kayak	As Pontes
Equieume	Rutas a caballo	Pontedeume
Hípica Prado Ventura	Rutas a caballo	As Pontes

Fuente: elaboración propia.

4.2. Demanda

4.2.1. Demanda real

Para conocer datos cuantitativos del nº de visitantes que recibe el Parque Natural utilizamos los datos de visitas a los centros de visitantes, que suman un total de 21.334 personas en 2020, un importante descenso con respecto a 2019, cuando se recibieron 37.430. Con respecto a los datos de 2020, el 79% se produjeron en los meses de julio y agosto, lo que denota una fuerte estacionalidad. Hay que tener en cuenta las peculiaridades de los datos con los que trabajamos, ya que durante 2020 el CI de Ombre permaneció cerrado durante todo el mes de abril y parte de

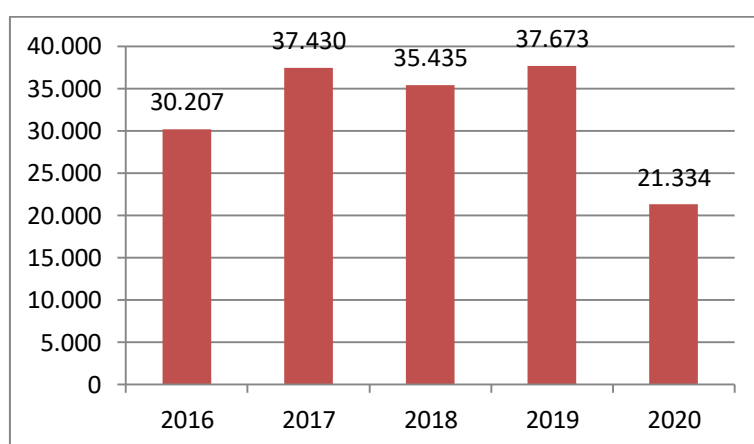
marzo, mayo y junio. Por su parte el Centro de Visitantes de Monfero permaneció cerrado todo el año.

Según los datos de EUROPARC-España en su “Anuario 2018 del estado de la áreas protegidas en España”, el porcentaje medio de visitas a los centros de visitantes se estima del 12%. En base a esta estimación calculamos que un total de 177.783 personas visitaron el Parque

Natural en 2020, de las que 140.449 lo habrían hecho en los meses de julio y agosto.

Si observamos el histórico de visitas a los centros de visitantes desde 2016 vemos una gráfica de subidas y bajadas con una fuerte caída en 2020.

Gráfico 21. Visitas a los Centros de Visitantes (2016-2020).



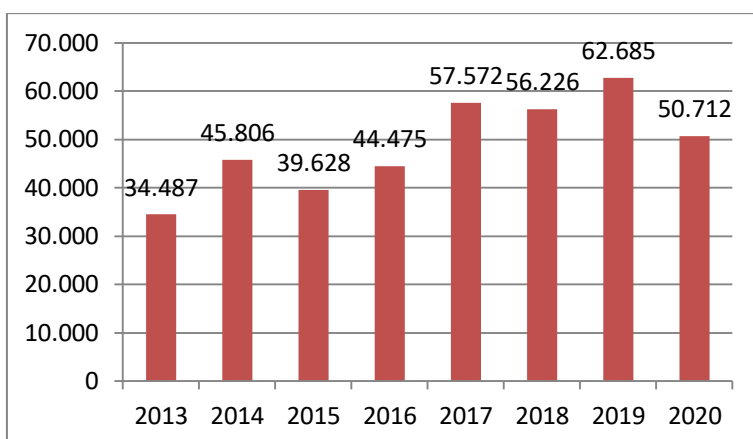
Fuente: elaboración propia.

El Monasterio de Caaveiro por su parte, sufrió un importante aumento del nº de visitas en el periodo de 2013 a 2020 (47,05%), aun con el fuerte descenso de 2020 (Gráfico 22).

Si comparamos los datos de las visitas a los centros de visitantes con las visitas al Monasterio de Caaveiro, se observa que las visitas al Monasterio crecen por encima de las visitas a los centros de visitantes. La diferencia más acusada la encontramos en el descenso de visitantes que se produce de 2019 a 2020, con 43,37% en los centros de visitantes y un 19,1% en el Monasterio. Vistos estos datos cabe esperar que el nº total de personas que visitó el Parque en 2020 sea mayor al estimado.

Por otro lado, se estima que el 21,16% de los visitantes del Parque visita el Monasterio de Caaveiro.

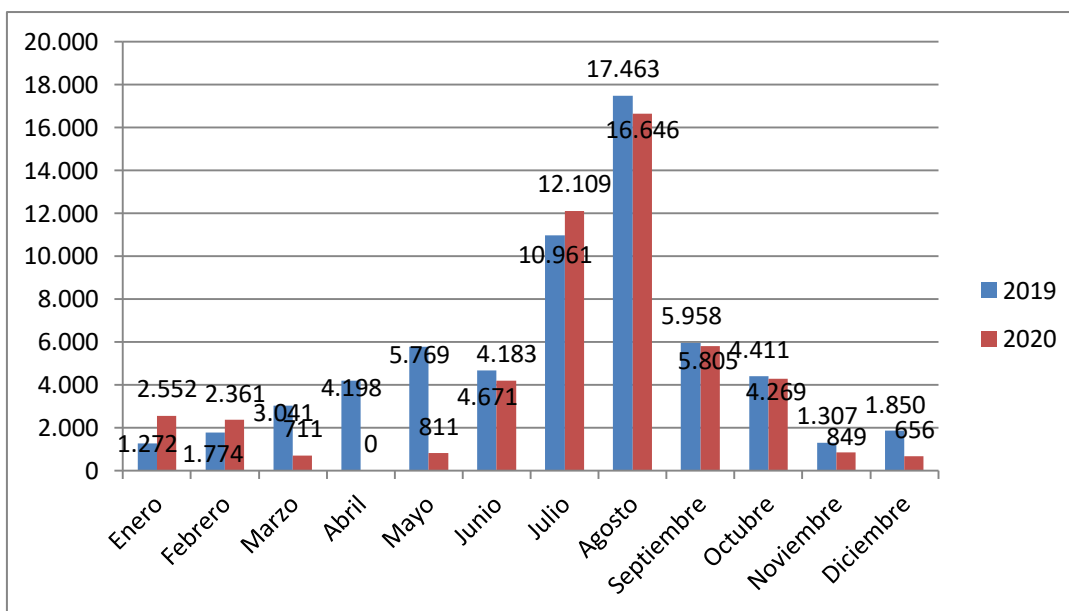
Gráfico 22. Histórico de visitas al Monasterio de Caaveiro (2013-2020).



Fuente: elaboración propia.

En el gráfico bajo estas líneas se hace una comparativa de las visitas a Caaveiro en 2019 y 2020. Se confirma la fuerte estacionalidad, julio y agosto concentran el 45% de las visitas en 2019 y el 57% en 2020. Los visitantes que optaron por las visitas guiadas fueron los menos numerosos, sólo el 17% eligieron esta opción. En 2020 se redujo este número cayó el 9%.

Gráfico 23. Comparativa visitas al Monasterio de Caaveiro 2019 y 2020.

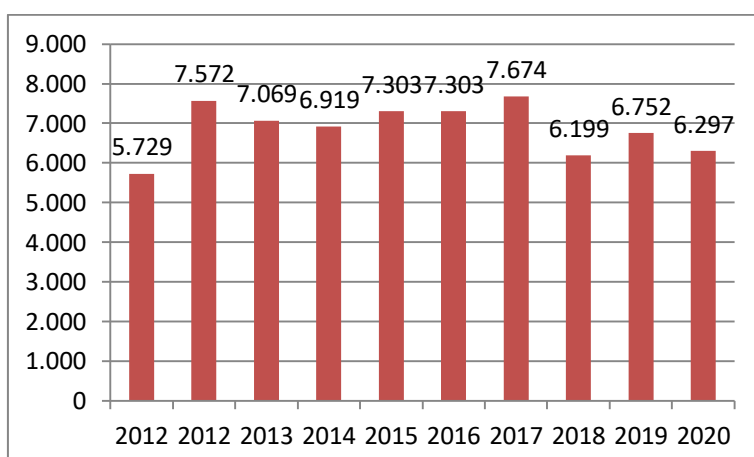


Fuente: elaboración propia.

El Monasterio de Monfero por su parte, sufrió un incremento porcentual de visitantes de 2012 a 2020 de 9,91%, con subidas y bajadas en el nº de personas que se acercan al monumento.

Atendiendo a los datos correspondientes a los cinco meses de apertura en 2019 (del 19 de abril y el 18 de septiembre de 2019), los meses de máxima afluencia fueron los de julio y agosto. Se mantienen las visitas de turistas de proximidad entre los meses de abril y junio, con datos similares a los de julio.

Gráfico 24. Histórico de visitas (2012-2020).



Fuente: elaboración propia.

Según su procedencia, en primera posición se sitúan los gallegos (68%), en segunda posición y a gran distancia, los nacionales (26%), y en tercera posición (6%) los turistas extranjeros.

Tabla XII. Visitas al Monasterio de Monfero 2019 por meses y procedencia.

	Gallegos	Resto España	Extranjeros	Total
Abril	676	191	20	887
Mayo	629	136	32	797
Junio	572	153	66	791
Julio	671	441	91	1.203
Agosto	1.232	1.123	218	2.573
Septiembre	372	101	28	501
	4.152	2.145	455	6.752

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a 2020, año marcado por la pandemia COVID19, se presentan datos del 1 de julio al 15 de noviembre (4 meses y medio). Al igual que en 2019, las visitas aumentan en julio y agosto. Se observa un importante descenso de visitantes extranjeros.

Tabla XIII. Visitas al Monasterio de Monfero 2020 por meses y procedencia.

	Gallegos	Resto España	Extranjeros	Total
Julio	931	564	47	1542
Agosto	1499	1134	61	2694
Septiembre	736	203	31	970
Octubre	881	72	7	960
Noviembre	111	16	4	131
	4158	1989	150	6297

Fuente: elaboración propia.

En el reparto de visitantes según su origen, observamos que el 74% son de la misma Comunidad Autónoma, el 24% son de otras comunidades autónomas españolas y el 2% extranjeros. Los visitantes gallegos adquieren mayor importancia que en 2019. Es de destacar la fuerte caída en las visitas de fuera de Galicia a partir del mes de septiembre, fenómeno que también se aprecia en 2019.

En resumen:

- Picos de visitas en julio y agosto.
- Predominio de turistas de la propia comunidad que extienden sus visitas más allá de los meses de verano.
- Importante incremento de visitantes hasta 2020.

En conclusión, es necesario tomar medidas para reducir la estacionalidad y atraer a turistas de proximidad durante la temporada baja.

4.2.2. Demanda potencial

En cuanto la demanda potencial, nos encontramos en un entorno perfecto para el desarrollo del turismo de naturaleza. Podemos definir turismo de naturaleza como el tipo de turismo que desarrolla actividades en el medio natural y que busca el contacto con la naturaleza sin degradar el entorno.

El 90,30% de los expertos entrevistados⁶ apuntan hacia la especialización en el perfil de turista activo. El turismo activo, se engloba dentro del turismo de naturaleza. Según el DECRETO 42/2001, de 1 de febrero, de refundición en materia de agencias de viajes, guías de turismo y turismo activo, tienen la consideración de actividades de turismo activo las actividades de recreo, deportivas y de aventura que se practiquen sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la propia naturaleza en medio en el que se desarrollen, sea este aéreo, terrestre de destreza o esfuerzo físico para su práctica.

Para la especialización en este tipo de turista debemos de aprovechar las infraestructuras disponibles e incrementar los esfuerzos promocionales encaminados a la atracción de este perfil de turista.

Además, y con el objetivo de desestacionalizar la demanda, debemos de intentar captar mayor nº de turistas de proximidad, que son los más nos visitan fuera de la temporada alta. Con el mismo objetivo, deberían crearse productos enfocados a captar al turista científico y al turista espiritual. La organización de jornadas temáticas y/o visitas especializadas en el primer caso, y la organización de actividades como baños de bosque⁷, en el segundo caso, nos ayudarían a captar nuestro objetivo.

4.2.3. Disposición a pagar de los visitantes

Con el propósito de analizar la viabilidad de cobrar por los servicios, se realizó una encuesta entre visitantes. Esta encuesta pretende establecer por qué servicios estaban dispuestos a pagar y qué precio. Se elaboró un cuestionario de 10 preguntas (ver Anexo 1) formado por una pregunta abierta y nueve preguntas cerradas, si bien se les daba la opción “otros” donde podían hacer cualquier tipo de comentario. Para la recopilación y tratamiento de los datos, se utilizó la herramienta “formularios” de Google Drive.

⁶ Hace referencia a las entrevistas realizadas dentro del método Delphi cuyas conclusiones se presentan en el punto 4.3.

⁷ Un baño de bosque es un tipo de meditación que busca la conexión espiritual con la naturaleza. Consiste en realizar una visita a un bosque sumergiéndose en él con los cinco sentidos, a fin de obtener bienestar o un beneficio para su salud.

Para su difusión y a fin de conseguir el mayor número posible de encuestados en poco tiempo, se emplearon diferentes medios:

- Correo electrónico: la encuesta se envió a las listas de correo de la UDC.
- Redes sociales: Facebook. La encuesta se compartió en páginas y grupos con temática relacionada con las Fragas del Eume: Conformia Foresta (actual empresa gestora de los Centros de Visitantes del Parque), Fragas do Eume (grupo público), Trail das Fragas do Eume (página oficial del evento) y Eumenatura (página de la empresa de turismo activo).
- Redes sociales: Whatsapp. La encuesta se envió a mis propios contactos y grupos.

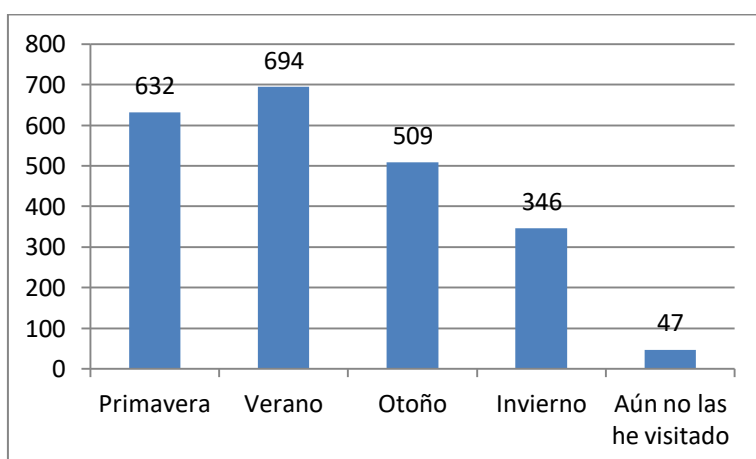
Se obtuvieron un total de 1035 encuestas válidas.

Con respecto a la composición de la muestra:

- el 54,4% son mujeres y el 45,6% hombres,
- el 26,2% tienen entre 18 y 25 años, el 37,3% entre 26 y 45, el 27,7 entre 46 y 64 y 5,8 más de 65 años,
- el 71,8% tienen estudios universitarios, el 25,3% estudios secundario o de formación profesional, y el 2,9 estudios primarios.

Se preguntó por la época en la que habían visitado el espacio o tenían pensado hacerlo. El verano es la época preferida (67%), si bien no se aprecian grandes diferencias con el nº de visitas en primavera (61%). En otoño lo hicieron el 44% y en invierno un 33%. En la categoría de "Aún no las he visitado" solo hay 47 respuestas.

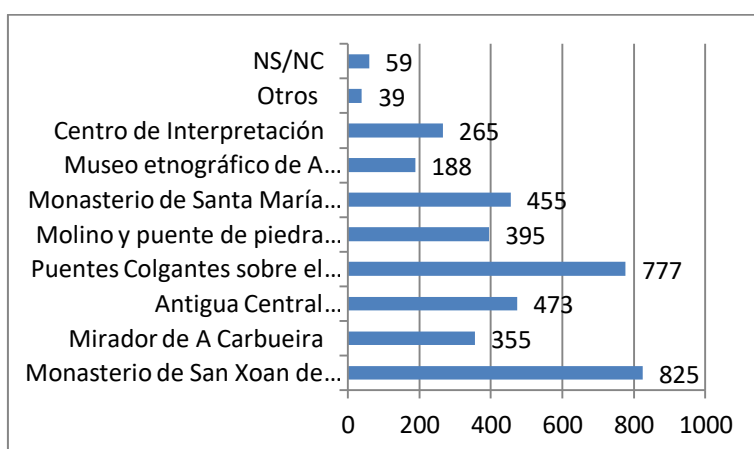
Gráfico 25. Estación en la que se realizó la visita.



Fuente: elaboración propia.

El punto más visitado son los alrededores del Monasterio de Caaveiro (80%) y los puentes Colgantes sobre el río Eume (75%). Por delante del Monasterio de Monfero (44%), se sitúa la Antigua Central Hidroeléctrica de A Ventureira (el 46%). El molino y puente de piedra sobre el río Sesín fueron visitados por el 38% de los encuestados. A poca distancia le sigue el Mirador de A Carbueira, 34%. El CI Fragas do Eume, el Museo etnográfico de A Capela y otros puntos del Parque son los menos visitados con el 26%, 18% y 4% respectivamente. Entre los otros recursos destacan el Río Eume, las Áreas recreativas, el Embalse del río Eume, el Cañón del Río Eume, las Rutas de senderismo y el Mirador de Teixido. El 3% no contestó.

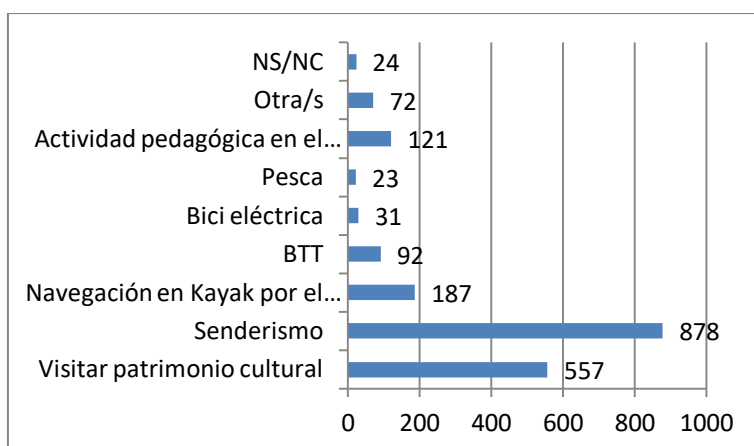
Gráfico 26. Recursos turísticos visitados.



Fuente: elaboración propia.

Entre las actividades destaca el senderismo (85%). El 54% visita el patrimonio cultural. De lejos les siguen los optaron por la navegación por el río en kayak y las actividades pedagógicas en el medio natural (18% y 12% respectivamente). Los deportes como BTT (bicicleta de montaña), la bicicleta eléctrica y la pesca, obtienen el 9%, 3% y 2%. La opción “otra/s” se lleva el 7% de las respuestas, y se reparte principalmente entre los que optaron por practicar carrera por senderos o *trail*, observar la flora y la fauna, la fotografía y actividades de ocio como pasear o ir de picnic. El 2% no contestó.

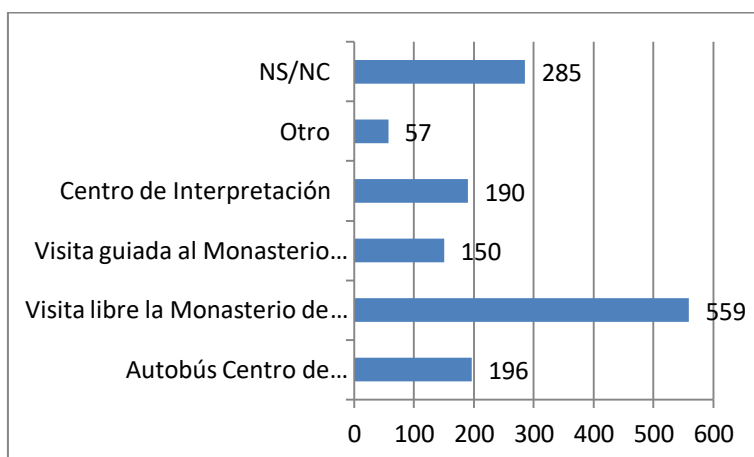
Gráfico 27. Actividades realizadas.



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a los servicios y visitas al patrimonio, el 54% visitó el Monasterio de Caaveiro (sin guía). El 19% utilizaron el autobús del Centro de Interpretación a Caaveiro”, el 18% el CI y el 14% la visita guiada al Monasterio de Caaveiro. El 6% respondió otros, donde destacan los que no utilizaron ninguno y los que visitaron el Monasterio de Monfero. El 28% de los encuestados no respondió a esta pregunta.

Gráfico 28. Servicios utilizados.

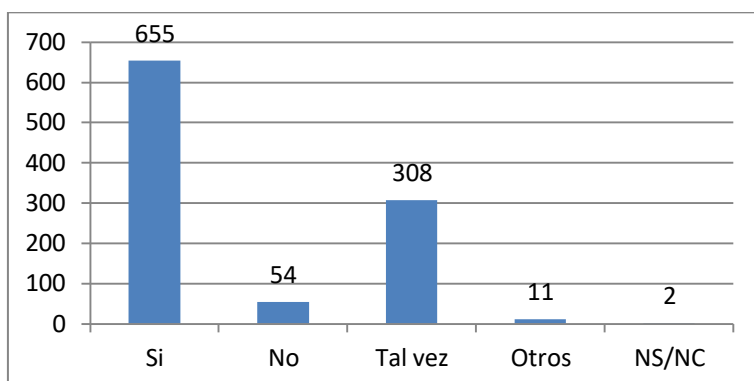


Fuente: elaboración propia.

Sobre el pago por los servicios, más de la mitad de los encuestados opinan que si el dinero recaudado se utilizase para la conservación del Parque y la mejora de los servicios públicos estarían

dispuestos a pagar (63%). Por otro lado, el 30% respondió que tal vez, y sólo el 5% respondió que no. El 1% restante respondió “Otros” y planteó otro tipo de soluciones.

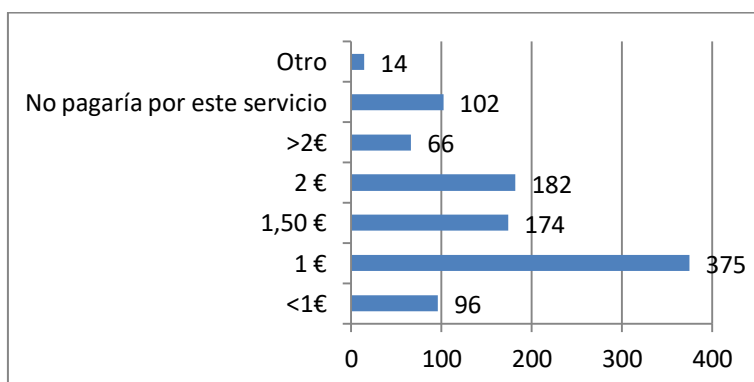
Gráfico 29. Visitantes dispuestos a pagar por los servicios.



Fuente: elaboración propia.

El 36% pagaría 1€ por al autobús del Centro de Interpretación-Caaveiro/Caaveiro-Centro de Interpretación (tique de ida), 2€ el 18% y 1,50€ el 17%. Un 10% no pagarían por este servicio. Los que pagarían menos de 1€ son el 9%, y más de 2€ el 6%. Por último, un 1% selecciona “Otro”.

Gráfico 30. Precio del billete de autobús del Centro de Interpretación-Caaveiro/Caaveiro-Centro de Interpretación (tique de ida).

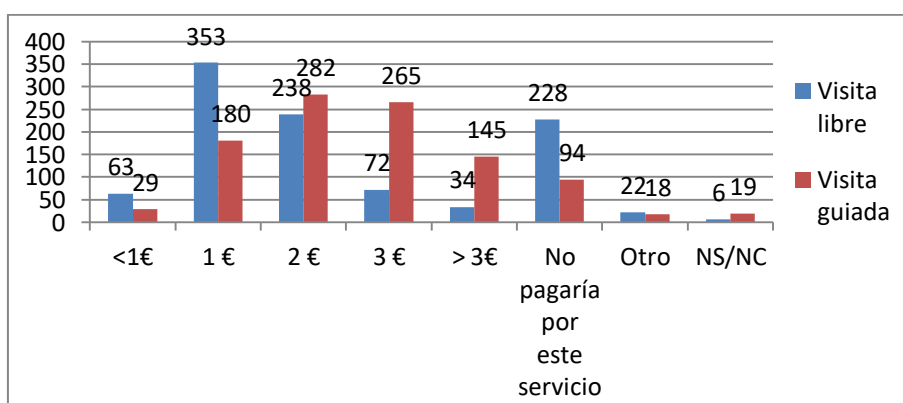


Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la visita libre al Monasterio de San Xoán de Caaveiro, el 34% pagaría 1€ y 2€ el 23%. El 22%, no pagaría por este servicio. 3€ pagarían el 7%. Menos de 1€ el 6%, y más de 3€ el 3%. Por último, un 2% selecciona “Otro” y un 1%, no contesta. Por otra parte, los participantes se muestran

más predispuestos a pagar un precio más elevado por el servicio de visitas guiadas. El 27% pagaría 2€, y, de cerca, el 26%, pagaría 3€. Les siguen los que pagarían 1€, el 17%. El 14%, pagaría más de 3 €. El 9% no pagaría y que pagarían menos de 1€, el 3%. Por último, un 2% selecciona “Otro” y un 2%, no contesta.

Gráfico 31. Precio visita libre y guiada al Monasterio de Caaveiro.



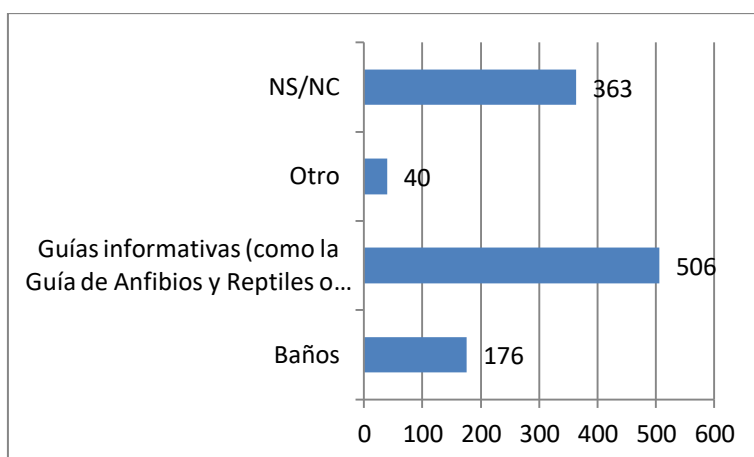
Fuente: elaboración propia.

El 49% de los encuestados opinan que las guías informativas, como la Guía de Anfibios y Reptiles o la Guía de la Red de Senderos del Parque Natural Fragas del Eume deberían ser de pago. El 17% cree que el uso de los baños también debería de pagarse y el 2% respondió otros, en referencia al aparcamiento, a rutas guiadas y el acceso al Parque. El 35% no respondió a esta pregunta (ver Gráfico 32).

Preguntados sobre que otros servicios públicos creían que debería de mejorar/ofrecer el Parque, las repuestas fueron muy variadas. Destacan rutas guiadas (3%), mejora de la señalización y paneles informativos (3%), mejora de la información sobre el Parque (2%), visitas guiadas de naturaleza (2%), mejora de la vigilancia y mantenimiento (2%), rutas en kayak y otras actividades en el río (1%), alquiler de bicicletas (1%), mejora de los accesos en coche y a pie (1%), servicio de autobús desde poblaciones cercanas (1%), más papeleras (1%),

ampliación de los aparcamientos (1%), mejora de la accesibilidad para personas con capacidades diferentes (1%) y más oferta cultural y de actividades (1%). Otras propuestas no alcanzaron el 1%.

Gráfico 32. Otros servicios crees que consideran deberían ser de pago.



Fuente: elaboración propia.

En base a los resultados obtenidos, podemos concluir que el visitante medio se acerca al Parque en verano y visita el Monasterio de San Xoán de Caaveiro, prefiriendo la visita libre por encima de la guiada. Además, practica el senderismo. En cuanto a su predisposición a pagar, está dispuesto a pagar por los servicios que ofrece el Parque y por visitar el patrimonio. Pagarían 1€ por el autobús, 1€ por la visita libre al Monasterio y 2€ por la visita guiada.

4.3. Análisis de la opinión de los agentes implicados

Otro punto prioritario para el éxito de cualquier Plan es la integración de los agentes implicados. Debe de incluirse en el proceso de la toma de decisiones: conocer sus opiniones y necesidades, que serán valoradas a la hora de elegir las estrategias y acciones a llevar a cabo.

Para este análisis se eligió la aplicación de un método Delphi especialmente indicado para recoger opiniones consensuadas y representativas de un colectivo de individuos, tal como recoge el artículo “El método Delphi” (Reguant y Torrado, 2016).

Antes de comenzar se formularon los objetivos de la consulta: detectar las principales problemáticas, necesidades, y puntos fuertes del destino para las tres dimensiones de la sostenibilidad (medioambiental, social y económico).

A continuación, se determinó el perfil de los participantes. Para selección se hizo establecieron las figuras del ámbito público, privado y de la población local que nos pudiesen aportar información de interés desde su visión particular del sector turístico en del territorio. Se seleccionaron 30 participantes (ver Anexo 2) pertenecientes a la administración autonómica, provincial y local,

empresas de alojamientos, restauración y turismo activo, agentes sociales y custodios del territorio, a los que se contactó telefónicamente para invitarlos a participar.

Tras el compromiso de participación de los 30 seleccionados, se elaboró el cuestionario inicial que constó de siete preguntas (ver Anexo 3). Las entrevistas se hicieron de modo individual para que las consideraciones de cada uno no estuviesen influenciadas por las opiniones de los demás. Dadas las especiales circunstancias de la pandemia por COVID19, esta primera ronda se realizó vía telefónica/videollamada en el 80% de los casos (68% y el 19% respectivamente), una de las entrevistas a petición del entrevistado se hizo a través de un formulario en internet, y el 17% restante se realizaron presencialmente.

Una vez analizada la información se elaboró la siguiente y última ronda. En este nuevo cuestionario se categorizaron y ordenaron las respuestas según el grado de acuerdo (Reguant y Torrado, 2016), dando a conocer el grado de consenso obtenido en la primera ronda. El cuestionario se envió telemáticamente a través de un formulario en la aplicación Google Forms.

Con la información recogida en esta última ronda, se ha elaborado una radiografía de la realidad actual del destino y se han recogido una serie de consideraciones y acciones consensuadas y en línea con los principios del turismo sostenible en sus tres dimensiones: social, medioambiental y económica.

Situación actual
Abandono en la gestión.
Abandono de las infraestructuras.
Desigualdad en la afluencia de visitantes al territorio, especialmente en los meses de verano, con zonas masificadas y otras totalmente desconocidas.
Poca o escasa promoción.
Fuerte estacionalidad.
Propiedad privada de los terrenos (80% aproximadamente).
Desaparición paulatina de las zonas de <i>fraga</i> .
Dimensión medioambiental
Preocupación por el impacto del turismo en el eje Ombre-Caaveiro en la temporada alta.
Preocupación por la desaparición paulatina de las zonas de <i>fraga</i> .
Necesidad de un modelo turístico que proteja el medioambiente.
Muchos de los visitantes desconocen el alto valor medioambiental del territorio.
Acciones a llevar a cabo
Reorganizar los flujos de visitantes.
Restringir el tráfico rodado.

Habilitar zonas de aparcamiento disuasorio.
Mejora del acceso en transporte público.
Invertir mayores esfuerzos en la educación ambiental de los visitantes a fin de poner en valor la riqueza natural del entorno.
Mayores esfuerzos económicos para la conservación del bosque autóctono, control de las plantaciones de eucalipto y repoblación con especies autóctonas.
Crear producto turístico en torno al patrimonio natural.
Dimensión social
Propietarios que sienten que sus terrenos son invadidos por los visitantes.
No se ponen en valor las costumbres y tradiciones de la zona.
Acciones a llevar a cabo
Compensaciones económicas o adquisición de los terrenos para su uso público.
Aprobar el Plan Rector de Uso y Gestión (PRUG) con el consenso entre de los distintos agentes implicados.
Puesta en valor del Monasterio de Monfero.
Poner en valor los antiguos usos de la <i>fraga</i> .
Dimensión económica
No se está rentabilizando económicamente el aumento de visitantes.
Necesidad de un paisaje atractivo para que actúe como reclamo turístico.
Acabar con el modelo de gratuidad de los servicios.
Acciones a llevar a cabo
Uso de las nuevas tecnologías para la promoción del destino.
Elaboración de un Plan Estratégico de Turismo Sostenible a nivel comarcal.
Impulso y apoyo a la iniciativa privada.
Cobrar por el servicio de autobús, visitas guiadas y entrada al Monasterio de Caaveiro.
Especializarse en el turismo activo.

5. Diagnóstico

El análisis DAFO o FODA (acrónimo de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) “consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas” (Ponce Talancón, 2007).

Las debilidades son las carencias o puntos débiles de nuestro destino en relación con sus competidores. Por su parte, las amenazas son las tendencias desfavorables que de no adoptarse las medidas necesarias podrían suponer la disminución del atractivo turístico. Las fortalezas son las

ventajas competitivas que tiene el destino en relación con otros destinos turísticos. Y por último, las oportunidades hacen referencia a la posibilidad de obtener ventajas competitivas si se adoptan las medidas adecuadas.

Según Serra (2002) “ayuda a plantear las acciones que se deben poner en marcha. Es decir, permite al planificador conocer la situación competitiva del destino turístico, sus principales problemas y las carencias que tiene además de sus ventajas y desventajas con relación a sus competidores”.

Tras el análisis DAFO, se realiza un análisis complementario, el CAME (acrónimo de Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar). En este análisis se establecerán las acciones a llevar a cabo para corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades.

Ilustración 8. Diseño de estrategias a través del análisis DAFO-CAME.



Fuente: gafasdesol.com

Con esta información, se llevó a cabo una lectura cruzada de los distintos factores que componen nuestro análisis DAFO con el objeto de establecer las estrategias más adecuadas para nuestro

destino. Para ello se realizó una matriz de confrontación donde se cruzaron las amenazas y oportunidades con las fortalezas y debilidades⁸. Esto nos permite obtener cuatro tipos de estrategias:

- Ofensivas: aprovechan la oportunidad para aumentar la fuerza (F + O).
- Defensivas: responden a la amenaza empleando una fortaleza (F + A).
- Reorientación: que aprovechan la oportunidad para corregir la debilidad (D + O).
- Supervivencia: eluden los efectos que las amenazas tienen sobre las debilidades (D + A).
-

Se aplica a continuación el análisis DAFO en el que se relacionan las fortalezas y debilidades del destino, y las amenazas y oportunidades del entorno que pueden afectarle negativa o positivamente. Para complementar el análisis se aplicará un método CAME, para corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades que se presentan en el destino.

5.1. DAFO-CAME

⁸ Fortalezas + oportunidades: (+++) Prioritaria (++) Muy importante (+) Importante
Debilidades + amenazas: (---) Prioritaria (--) Muy importante (-) Importante

	FORTALEZAS	MANTENER
F1	(+++) Destacable patrimonio natural a nivel europeo con especies endógenas de gran valor.	Poner en valor el patrimonio natural. Poner en marcha visitas guiadas a los recursos naturales y otras herramientas para su valorización.
F2	(+) Patrimonio cultural con gran atractivo.	Organización de visitas al Monasterio de Caaveiro para evitar la masificación del monumento. Acciones para atraer visitantes fuera de la temporada alta.
F3	(++) Rico patrimonio etnográfico y cultural con gran potencialidad turística.	Fomentar el conocimiento de las costumbres, tradiciones y usos tradicionales de la Fraga.
F4	(+) Recursos turísticos de interés en la comarca.	Complementar la oferta del Parque Natural a través de la puesta en valor del patrimonio de la comarca.
F5	(++) Turismo de proximidad que se extiende fuera de la temporada alta (primavera, verano y otoño).	Promoción del destino. Creación de producto fuera de la temporada alta.
F6	(++) Interesante oferta de fiestas y eventos.	Promoción del calendario de eventos. Programa de actividades fuera de la temporada alta.
F7	(++) Interesante oferta de productos gastronómicos locales.	Puesta en marcha de productos turísticos en torno a los productos locales. Promoción de las fiestas gastronómicas.
F8	(+++) Oferta de turismo activo interesante.	Promoción.
F9	(++) Principales infraestructuras ya creadas (Centros de Visitantes, puentes colgantes, áreas recreativas, zonas de aparcamiento, señalización de las rutas de senderismo, etc.).	Promoción del destino. Mantenimiento de las infraestructuras en buen estado.
F10	(+) Buenas comunicaciones viarias y aéreas.	Promoción del destino.
F11	(+) Servicios básicos de apoyo al turismo en la Comarca del Eume: centro de salud, tiendas de alimentación y bebidas, farmacia, etcétera.	Promoción conjunta con las Administraciones locales.
F12	(++) Importante incremento del nº de viajeros que visitan el Parque Natural.	Reorganización de los flujos de visitantes. Mejora de los servicios. Incentivar la creación de nuevos productos turísticos.

	OPORTUNIDADES	EXPLOTAR
O1	(+++) Sigue aumentando el número de turistas que viajan sin paquete turístico en España. Aumento de las reserva de viajes a través de internet.	Uso de herramientas digitales para la promoción del destino.
O2	(+++) Crece la búsqueda de destinos alternativos y poco masificados.	Impulsar la promoción del destino (campañas turísticas para la atracción de visitantes nacionales).
O3	(+++) Crece la búsqueda de destinos de turismo de naturaleza.	Impulsar la promoción del destino. Crear nuevos productos en torno al patrimonio natural. Impulsar ecoturismo.
O4	(++) Crece la búsqueda de destinos de turismo sostenibles y responsables con el cuidado del medioambiente.	Trabajar para adherirse a alguna marca de turismo sostenible y/o ecoturismo. Informar sobre las medidas tomadas en este sentido.
O5	(+++) Aumenta la práctica del senderismo en España.	Mejorar la señalización de la red de rutas de senderismo. Crear nuevas rutas.
O6	(+++) Se reduce la estacionalidad del turismo en Galicia.	Creación de oferta turística fuera de la temporada alta.
O7	(++) El número de peregrinos que recorren el Camino de Santiago continua aumentando (prepandemia), alcanzando record de peregrinos en 2019. El Camino Inglés incrementa el nº de peregrinos que los recorre.	Impulsar la promoción del destino (campañas turísticas y creación de producto para la atracción de los peregrinos del Camino Inglés). Estudiar las posibilidades de transporte para peregrinos al Parque.
O8	(+) Gran inversión para la promoción turística y posicionamiento de Galicia.	Aprovechar el posicionamiento y al buena imagen de Galicia. Mayores esfuerzos para la promoción del destino.
O9	(++) Buena valoración global del destino Galicia (hospitalidad, paisaje y gastronomía).	Conservar paisaje autóctono. Mejorar calidad en destino. Realización de estudios a nivel destino.
O10	(++) Programa de ayudas extraordinarias para Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (programa de fondos europeos gestionados desde la secretaria de Estado de Turismo).	Creación de un equipo de trabajo formado por los todos los agentes implicados para participar en la elaboración/presentación del Plan al programa de ayudas.
O11	(+) Ayudas de la Consellería de Medioambiente para zonas de Rede Natura y parques naturales (ayudas a inversiones no productivas vinculadas a la realización de objetivos agroambientales y climáticos).	Información y apoyo técnico a los propietarios para la solicitud de las ayudas.
O12	(+) Ayudas de la Consellería de Medio Rural para la forestación de tierras no agrarias con coníferas y frondosas caducifolias.	Información y apoyo técnico a los propietarios para la solicitud de las ayudas.

	OPORTUNIDADES	EXPLOTAR
O13	(+++) Alto porcentaje de visitantes predispuestos a pagar por los servicios.	Nuevos ingresos para la mejora de los servicios.
O14	(+) Ayudas cambio de alumbrado e instalación de Wifi en zona rural (Ayudas para la renovación de instalaciones de alumbrado exterior municipal).	Aprovechar ayudas para crear un territorio rural inteligente.
O15	(++) Cambios en la manera de viajar (postpandemia).	Investigación e innovación para la rápida adaptación a los cambios. Implantación del uso de las nuevas tecnologías. Fomentar un producto turístico seguro y de calidad.

	DEBILIDADES	CORREGIR
D1	(---) Desaparición paulatina de la Fraga que es sustituida por plantaciones de especies alóctonas.	Vigilar que se cumpla la legislación vigente. Soporte técnico a los propietarios privados para la solicitud de ayudas para la plantación de especies autóctonas. Charlas sobre usos alternativos de los terrenos.
D2	(--) Abandono del patrimonio cultural, etnográfico e industrial.	Recuperación y puesta en valor de aquellos elementos que se localicen en terreno público o custodiado. Búsqueda de financiación para su restauración. Soporte técnico a los propietarios para la solicitud de ayudas para la restauración de estos elementos etnográficos. Reuniones con la empresa propietaria del patrimonio industrial para buscar soluciones para su puesta en valor.
D3	(--) Problemas con el tráfico rodado (falta de aparcamiento, atascos, etc.) y masificación de determinadas zonas en la temporada alta.	Búsqueda de soluciones para reducir el tráfico rodado. Reorganización de los flujos de visitantes.
D4	(--) Discontinuidad en la apertura de los recursos turísticos y servicios y del personal que atiende los puntos de información y guías.	Estudiar viabilidad/repercusión turística de ampliar los periodos de apertura de los recursos.
D5	(--) Información sobre servicios dispersa en los portales web de diferentes entes, desactualizada en algunos casos e incompleta en otros. Desigualdad en la promoción de los recursos y accesos al Parque Natural. Abandono de los perfiles de las redes sociales de la marca Parques Naturales. Escasa promoción.	Creación de un portal web/App que recoja toda la información sobre As Fragas do Eume. Creación de perfiles en las redes sociales.
D6	(-) Transporte público deficiente al Parque Natural.	Puesta en marcha de un transporte público a los centros de visitantes.
D7	(---) Abandono del modelo de calidad de la Carta Europea de Turismo Sostenible. Oferta turística sin unos estándares de calidad establecidos.	Puesta en marcha de un equipo de trabajo para la adhesión a un modelo de calidad.
D8	(--) Pocas plazas de alojamiento en turismo rural/naturaleza. Carencia de servicios de restauración en el interior del Parque Natural.	Estudio de la viabilidad de ampliar la infraestructura disponible.
D9	(--) Infraestructuras en mal estado. Insuficiente señalización de los recursos y de las rutas de senderismo.	Mantenimiento y mejora de las infraestructuras.

	DEBILIDADES	CORREGIR
D10	(-) Cobertura móvil deficiente en parte del territorio.	Mejora de la conectividad del territorio.
D11	(--) Marcada estacionalidad.	Creación de producto fuera de la temporada alta.
D12	(--) Inexistencia de un Plan Estratégico de Turismo Sostenible.	Elaboración de un Plan Estratégico de Turismo Sostenible.
D13	(--) Falta de trabajo conjunto entre las distintas Administraciones. Falta de cooperación público-privada y de implicación de la población local.	Ente gestor formado por el sector público y el sector privado y que implique a la población local en la toma de decisiones.
D14	(--) Inexistencia de asociacionismo entre el empresariado que está formado por pymes casi en su totalidad.	Incentivar la creación de una asociación del sector turístico.
D15	(--) Poca inversión económica y de medios en el destino.	Buscar financiación.
D16	(---) Empleos temporales y precarios. Alta tasa de paro en el sector servicios.	Creación de oferta turística fuera de la temporada alta.

	AMENAZAS	AFRONTAR
A1	(-) Inexistencia de un Plan Rector de Usos y Gestión. Problemática entre los propietarios de los terrenos y la Administración autonómica.	Fomentar la celebración de reuniones entre los distintos agentes implicados. Aprobar Plan Rector de Usos y Gestión.
A2	(---) Crisis económica postpandemia.	Promoción del destino. Fomentar programas de fidelización y promociones para nuevos clientes. Fomentar la calidad de los productos.
A3	(-) Turismofobia.	Plan Rector de Usos y Gestión. Paneles con normas de uso, aparcamientos disuasorios, regular/controlar la entrada de visitantes...
A4	(---) Competencia de destinos de naturalezas relativamente cercanos más consolidadas y más atractivos desde el punto de vista paisajístico.	Estudio de la competencia.
A5	(-) Dificultad para la creación de empresas (burocracia lenta, pago de tributos excesivo, etc.).	Apoyo técnico para la creación de empresas.
A6	(---) Incremento de los destinos de naturaleza en Galicia que apuestan por la calidad.	Adhesión a un modelo de calidad.

6. Plan de acción

6.1. Misión y visión

Sobre todos los datos recogidos, el Plan Estratégico de Turismo Sostenible de As Fragas do Eume pretende sacar provecho de las posibilidades del territorio basándose en las potencialidades del destino y aprovechando su oferta y servicios turísticos, sus recursos patrimoniales, tanto naturales como culturales, y su especial idiosincrasia.

Se considera fundamental el mantenimiento de las infraestructuras e instalaciones, cuidar la calidad del servicio y la imagen del destino, y que todo se haga sin perder de vista las tres dimensiones de la sostenibilidad: medioambiental, económica y social. Igualmente es necesario trabajar para la desestacionalización a través de la diversificación y especialización en determinadas tipologías de turismo que pueden contribuir a incrementar el flujo de visitantes fuera de la temporada alta. El turismo activo, especialmente el de proximidad, el turismo científico y el turismo espiritual, son algunos de los nichos de mercado de interés para nuestro destino. La desestacionalización traería grandes mejoras en la calidad de vida de la población local, creando nuevos puestos de trabajo y de oportunidades de inversión.

La misión de este plan es encaminar el turismo en el Parque Natural de As Fragas do Eume hacia un modelo de turismo sostenible que prefiera un turismo de calidad por encima de un turismo de cantidad⁹, con la conservación del medio como prioridad absoluta, e involucrando a todos los agentes del territorio en el proceso.

La visión es la de ser un destino turístico de naturaleza referente a nivel autonómico y bien posicionado en el mercado nacional. Transformar As Fragas do Eume en destino turístico sostenible y de calidad ofreciendo unos productos y servicios con identidad, diversificados y competitivos.

6.2. Líneas estratégicas

Tras analizar las matrices DAFO y CAME y teniendo en cuenta diferentes aspectos como son los resultados del método Delphi, los objetivos y específicos del Plan, su viabilidad y los principios del turismo sostenible, elaboramos un plan de acción formado 2 estrategias ofensivas y 3 de supervivencia:

⁹ Hace referencia a la apuesta por un modelo turístico que a través de la calidad en destino y unos precios más elevados, pretende captar un perfil de turista con un poder adquisitivo mayor que gasta más en el destino que visita, en lugar de captar muchos turistas, pero que gastan menos. Este tipo de modelo es el más adecuado para reducir los impactos negativos del turismo.

- **Línea estratégica 1: Conservación del bosque atlántico.**

Esta estrategia se basa en la necesidad de conservar el bosque atlántico, principal reclamo turístico del territorio y marco de todos los atractivos turísticos del Parque Natural.

Se trata de una estrategia de supervivencia basada en que si superamos la debilidad D1 (Desaparición paulatina de la Fraga que es sustituida por plantaciones de especies alóctonas. Contaminación de las aguas del río Eume) afrontaremos mejor la amenaza A4 (Competencia de destinos de naturaleza relativamente cercanos más consolidados).

- **Línea estratégica 2: Plan de movilidad.**

Se fundamenta esta estrategia en la necesidad de reorganizar el tráfico rodado y reconducir los flujos de visitantes intentando evitar que la masificación en determinadas zonas del espacio protegido merme la experiencia del visitante/turista a la vez que pueda resultar dañina para el espacio natural. La saturación de los espacios puede actuar como repelente para la visita.

Esta estrategia de supervivencia se basa en que si superamos la debilidad D3 (Problemas con el tráfico rodado (falta de aparcamiento, atascos, etc.) y masificación de determinadas zonas en la temporada alta) afrontaremos mejor la amenazas A3 (Turismofobia) y la A4 (Competencia de destinos de naturaleza relativamente cercanos más consolidados).

- **Línea estratégica 3: Calidad en destino.**

Esta estrategia se basa en las grandes carencias que presenta el destino en relación a la calidad en sus dimensiones de calidad obligatoria (abandono de las infraestructuras, servicios abiertos discontinuamente, mala señalización, etc.) y de calidad atractiva.

Se trata de una estrategia de supervivencia planteada en que superar las debilidades D4 (discontinuidad en la apertura de los recursos turísticos y servicios y del personal que atiende los puntos de información y guías), D7 (abandono del modelo de calidad de la Carta Europea de Turismo Sostenible. Oferta turística sin unos estándares de calidad establecidos), D9 (mal estado de las infraestructuras (carretera de acceso al Monasterio de Caaveiro, miradores, paneles informativos, señalización, etc.). Insuficiente señalización de los recursos y de las rutas de senderismo. Escasez de baños públicos, papeleras y contenedores), D10 (cobertura móvil deficiente en parte del territorio) y D12 (inexistencia de un Plan Estratégico de Turismo Sostenible) contribuirá a afrontar mejor la amenaza A6 (incremento de los destinos de naturaleza en Galicia que apuestan por la calidad).

- **Línea estratégica 4: Promoción y comunicación del destino.**

Se fundamenta esta estrategia en la necesidad de promoción e información sobre los atributos del destino, especialmente a través de los medios digitales.

Se aplica una estrategia ofensiva que surge del cruce de las fortalezas: F1 (destacable patrimonio natural a nivel europeo con especies endógenas de gran valor), F2 (patrimonio cultural con gran atractivo), F6 (interesante oferta de fiestas y eventos), F7 (interesante oferta de productos gastronómicos locales) y F8 (oferta de turismo activo interesante) con la oportunidad O1 (sigue aumentando el número de turistas que viajan sin paquete turístico en España. Aumento de las reserva de viajes a través de internet).

- **Línea estratégica 5: Diversificación y especialización.**

Se apoya esta estrategia en la cada vez más fragmentada y exigente demanda turística. Pretende aprovechar los recursos turísticos del territorio para diversificar la oferta, a la vez que se crean productos específicos para determinados nichos del mercado.

Esta estrategia ofensiva surge del cruce de las fortalezas F1 (destacable patrimonio natural a nivel europeo con especies endógenas de gran valor), F2 (patrimonio cultural con gran atractivo), F6 (interesante oferta de fiestas y eventos), F7 (interesante oferta de productos gastronómicos locales) y F8 (oferta de turismo activo interesante) con la oportunidad O2 (Crece la búsqueda de destinos alternativos y poco masificados).

6.3. Acciones

Este Plan Estratégico se desarrollará en 3 años: desde el 2022 al 2024 y responderá al siguiente esquema:

Línea estratégica	Acción
1. Conservación del Bosque Atlántico y su entorno.	1.1. Conoce la Fraga.
	1.2. Determinación de la capacidad de carga turística.
	1.3. Dar a conocer la figura de custodio del territorio.
2. Plan de movilidad	2.1. Habilitar un aparcamiento disuasorio en Ombre.
	2.2. Colocación de pantalla vial de información con información sobre la disponibilidad de aparcamiento.
	2.3. Autobús Cabanas-Pontedeume-Aparcamiento disuasorio-CI de Ombre.
	2.4. Colocar señales de prohibido aparcar.
	2.5. Mejorar la información sobre las vías de acceso al Parque Natural.
	2.6. Información a tiempo real sobre la afluencia de público y ocupación de los aparcamientos.
	2.7. Servicio de alquiler y aparcamiento para bicicletas.
3. Calidad en el destino	3.1. Implantación de modelos de calidad turística.
	3.2. Formación para las empresas del sector
	3.3. Mantenimiento de la infraestructura y señalización.
	3.4. Cambio a un modelo de servicios de pago.
4. Promoción y comunicación del destino.	4.1. Creación del portal web del Parque Natural de As Fragas do Eume.
	4.2. Creación de perfiles en las principales redes sociales.
	4.3. Campañas de publicidad online.
5. Diversificación y especialización.	5.1. Creación y comercialización de nuevos productos turísticos sostenibles.
	5.2. Creación de nuevas rutas de senderismo.
	5.3. Ampliación de la oferta de establecimientos de restauración.

A continuación, se desarrollan las acciones que formarán parte de cada una de las líneas estratégicas:

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: CONSERVACIÓN DEL BOSQUE ATLÁNTICO Y SU ENTORNO

Acción 1.1.: Conoce la Fraga.

Descripción y objetivo

Para la puesta en valor del patrimonio natural entre los visitantes, turistas, población local y empresarios, se llevarán a cabo acciones como son:

Ampliación de las actividades del actual programa de educación ambiental que actualmente está enfocado en escolares y asociaciones sin ánimo de lucro. Se incluirán entre otras:

- charlas formativas sobre el tema,
- visitas guiadas por la naturaleza (de pago para turistas, gratuitas para los empresarios),
- talleres temáticos (de pago),
- jornadas de voluntariado para limpieza de las rutas de senderismo.

Se utilizarán otras herramientas como son el incremento de la información sobre el Parque y sus especies en soportes fijos:

- paneles en los principales accesos que señalicen que entramos en el espacio protegido: en As Neves (A Capela) y en Cabanas por Eirís,
- paneles con las normas de visita en puntos estratégicos: centros de visitantes, A Ventureira, Monasterio de Caaveiro y entradas a las rutas de senderismo,
- restauración/sustitución de los paneles informativos sobre la flora y la fauna (se valorará la colocación de nuevos paneles en los miradores, y otros puntos que aglutinen mayor número de visitas). Si procede la sustitución, los nuevos paneles incluirán QRs para la ampliación de información con elementos audiovisuales.

El objetivo es que tanto los visitantes y turistas como la población local y empresarios conozcan en patrimonio natural.

Explicación del proyecto

Para promover el respeto por el medio ambiente y crear conciencia social de la importancia que tiene conservar los diferentes ecosistemas, se hace necesario un gran trabajo de educación ambiental. La información sobre el patrimonio natural y la ampliación de las actividades con actividades como charlas formativas y visitas guiadas a la naturaleza contribuirá a una mayor sensibilización y respeto por el medioambiente. El conocimiento del medio natural es lo que llevar a una sociedad a preocuparse por su conservación.

Público objetivo	Visitantes, turistas, población local y empresas privadas.
Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
Agentes implicados	Sector público, sector privado, población local y turistas.

Presupuesto estimado	50.000,00€
-----------------------------	------------

Indicador	Valor
Nº de iniciativas de ecoturismo	+2
Nº de charlas anuales organizadas	+2
Nº de visitas guiadas a la naturaleza para los visitantes y turistas	+10
Nº de talleres anuales organizados	+2
Nº de jornadas anuales de formación en ecoturismo	+1
Nº de paneles colocados	+ 15

Impactos esperados	Sensibilización medioambiental e iniciativas privadas sostenibles en la línea del ecoturismo.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: CONSERVACIÓN DEL BOSQUE ATLÁNTICO Y SU ENTORNO**Acción 1.2.: Determinación de la capacidad de carga turística.****Descripción y objetivo**

Se realizará un primer estudio de capacidad de carga turística, centrado en el eje Ombre-Monasterio de Caaveiro.

El objetivo es establecer el número máximo de personas que pueden visitar el espacio natural al mismo tiempo, sin causar un deterioro del medio, las infraestructuras y la experiencia del visitante, es decir, el nivel de uso sostenible del espacio, para poder planificar las correcciones oportunas en caso de ser necesario.

Explicación del proyecto

Para una buena conservación del entorno se hace necesario el estudio de la capacidad de carga de los espacios. La capacidad de carga de espacio turístico, hace referencia al límite de uso, “el punto hasta donde es posible controlar los efectos negativos producidos por la presión de visitantes” (Pena, J. A., 2020). Esta carga puede afectar al aspecto físico (rápido deterioro de las infraestructuras), biológico (cuando se impide la regeneración del medio y las especies), socio-cultural (cuando induce a la aculturación) y psicológico (cuando produce incomodidad e insatisfacción a los visitantes).

El acceso por Ombre (Pontedeume) a través de la DP 6902, concentra la entrada de la mayoría de visitantes. Estas visitas se concentran principalmente en Semana Santa y el periodo estival (principalmente julio y agosto), lo que se traduce en una saturación de visitantes que puede llegar a desvirtuar la esencia de una visita a un espacio natural y a tener un impacto negativo en el mismo.

Público objetivo	Parque Natural Fragas do Eume.
-------------------------	--------------------------------

Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
------------------------------	---

Agentes implicados	Sector público y sector privado.
---------------------------	----------------------------------

Presupuesto estimado	51.000,00€
-----------------------------	------------

Indicadores**Valor**

Estudio de capacidad de carga en el eje Ombre-Caaveiro realizado	SI
--	----

Impactos esperados	Establecer las acciones a llevar a cabo en función del resultado y del cómputo de visitantes que recibe el parque en esa área.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: CONSERVACIÓN DEL BOSQUE ATLÁNTICO**Acción 1.3.: Dar a conocer la figura de custodio del territorio.****Descripción y objetivo**

Dar a conocer la asociación Betula en los centros de visitantes y Caaveiro con material informativo a disposición de los visitantes e información directa. Se incluirá también información en el portal web oficial (acción 4.1).

Deben de favorecerse acuerdos entre el sector privado y Betula: los visitantes sensibilizados agradecerán poder colaborar con el custodio del territorio a través de donativos que podrán recogerse a través de un leve incremento del precio de los bienes o servicios turísticos que adquieran.

El objetivo es poner en conocimiento de la población la labor del custodio del territorio.

Explicación del proyecto

Los custodios del territorio son una figura muy extendida en otros países para la protección de espacios naturales de especial valor. Betula- Asociación para la custodia del Bosque Atlántico, es una asociación cuyo objetivo principal es la conservación y recuperación del patrimonio natural, cultural y paisajístico, y que utiliza como instrumento principal la Custodia del Territorio. La custodia se hace mediante la adquisición (por compra, donación o legado) de fincas, convenio con propietarios, alquileres y otro tipo de acuerdos.

Público objetivo	Visitantes, turistas. Empresarios y población local.
-------------------------	--

Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
------------------------------	---

Agentes implicados	Sector público y sector privado.
---------------------------	----------------------------------

Presupuesto estimado	3.000,00€
-----------------------------	-----------

Indicador	Valor
Nº de empresas privadas que colaboran con Betula	+12
Nº de charlas (anuales)	+1
Nº de nuevos socios en Betula (anuales)	+ 200

Impactos esperados	Aumenta el nº de socios de Betula y la sensibilización sobre las problemática medioambiental.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: PLAN DE MOVILIDAD
Acción 2.1.: Habilitar un aparcamiento disuasorio en Ombre

Descripción y objetivo	
<p>Se habilitará un aparcamiento disuasorio para dar servicios al acceso de Ombre.</p> <p>El objetivo es evitar coches aparcados fuera de los espacios habilitados que impidan la normal circulación del tráfico rodado.</p>	
Explicación del proyecto	
<p>Durante los meses de temporada alta se producen atascos y gran cantidad de turismos que aparcan a lo largo de la carretera DP 6902, en la entrada al Parque Natural, por Ombre (Pontedeume). Se trata de una carretera estrecha incluso para el cruce de dos vehículos que circulan en sentido opuesto. Los vehículos aparcados a lo largo de la carretera dificultan la circulación, imposibilitando el cruce, lo que provoca importantes atascos y que en ocasiones los vehículos de mayor tamaño, como autocaravanas, queden bloqueados. Otro problema derivado del exceso de vehículos es la falta seguridad para los vecinos, ya que la DP 6902 no cuenta con aceras para la circulación de los peatones. Actualmente este acceso cuenta con 205 plazas de aparcamiento que no son suficientes para el volumen de coches que se acercan al Parque por este acceso.</p>	
Público objetivo	Visitantes y turistas.
Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales.
Agentes implicados	Sector público.

Presupuesto estimado	7.500,00€
-----------------------------	-----------

Indicadores	Valor
Reducción de coches aparcados en la DP 6902	+ 90%

Impactos esperados	Mejora de la experiencia y satisfacción del visitante, solucionar los problemas derivados del exceso de coches y distribución de flujos de visitantes a otras entradas al Parque Natural.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: PLAN DE MOVILIDAD

Acción 2.2.: Colocación de pantalla vial de información con información sobre la disponibilidad de aparcamiento.

Descripción y objetivo

Colocación de una pantalla vial de información con información a tiempo real sobre la disponibilidad de aparcamiento en las áreas de Xunqueira de Abaixo, Xunqueira de Arriba, Centro de Interpretación, Alameda y el aparcamiento disuasorio en Ombre, Pontedeume (acción 2.1). Podría utilizarse también para proporcionar otra información de interés relativa al Parque.

El objetivo es proporcionar la información necesaria para que los visitantes conozcan la disponibilidad de aparcamiento o no y evitar la circulación innecesaria de vehículos por la DP 6902.

Explicación del proyecto

Durante los meses de temporada alta y debido a la gran cantidad de visitantes que recibe el Parque, se producen atascos y muchos turistas aparcen a lo largo de la carretera DP 6902, un espacio no habilitado para tal fin, en la entrada por Ombre (Pontedeume) al Parque Natural. Se trata de una carretera estrecha incluso para la circulación de vehículos en doble sentido. Los vehículos aparcados a lo largo de la carretera dificultan la circulación, imposibilitando el cruce, lo que provoca importantes atascos y que en ocasiones los vehículos de mayor tamaño, como autocaravanas, queden bloqueados. Otro problema derivado del exceso de vehículos es la falta seguridad para los vecinos, ya que la DP 6902 no cuenta con aceras para la circulación de los peatones.

Público objetivo	Visitantes y turistas.
Responsable ejecución	Servicio de Parque Naturales de Galicia.
Agentes implicados	Sector público.

Presupuesto estimado	5.500,00€
-----------------------------	-----------

Indicadores	Valor
Pantalla LED en funcionamiento	SI
Reducción del tráfico en la DP 6902	+30%

Impactos esperados	Solucionar los problemas derivados del exceso de vehículos y mejorar la experiencia y satisfacción del visitante.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: PLAN DE MOVILIDAD**Acción 2.3.: Autobús Cabanas-Pontedeume-Aparcamiento disuasorio-CI de Ombre****Descripción y objetivo**

Puesta en marcha de una línea de autobús que conecte la playa de A Magdalena Cabanas y el Centro de Interpretación de As Fragas do Eume, realizando paradas en Pontedeume y el nuevo aparcamiento disuasorio durante los periodos de mayor afluencia de personas.

El objetivo es disuadir a los visitantes y turistas de utilizar el coche para acceder al Parque Natural, y reducir el tráfico de coches en la zona.

Explicación del proyecto

Durante los meses de temporada alta se producen atascos en la entrada al Parque Natural, por Ombre (Pontedeume), debido a la gran cantidad de tráfico de vehículos y turismos que aparcen a lo largo de la carretera DP 6902. La DP 6902 es una carretera estrecha incluso para la circulación de vehículos en ambos sentidos. Los vehículos aparcados a lo largo de la carretera dificultan la circulación, imposibilitando el cruce, lo que provoca importantes atascos y que en ocasiones los vehículos de mayor tamaño, como autocaravanas, queden bloqueados. Otro problema derivado del exceso de vehículos es la falta seguridad para los vecinos, ya que la DP 6902 no cuenta con aceras para la circulación de los peatones.

Público objetivo	Visitantes y turistas.
-------------------------	------------------------

Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
------------------------------	---

Agentes implicados	Sector público.
---------------------------	-----------------

Presupuesto estimado	20.700,00€
-----------------------------	------------

Indicadores	Valor
Línea de autobús en funcionamiento en los periodos de Semana Santa y temporada alta	SI
Reducción del tráfico rodado	+30%

Impactos esperados	Reducción del tráfico rodado en la DP 6902.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: PLAN DE MOVILIDAD
Acción 2.4.: Colocar señales de prohibido aparcar

Descripción y objetivo	
Colocación de señales de prohibido aparcar en la DP 6902. El objetivo es evitar coches aparcados en la DP 6902 fuera de los espacios habilitados.	
Explicación del proyecto	
Durante los meses de temporada alta se producen atascos en la entrada al Parque Natural, por Ombre (Pontedeume), debido a la gran cantidad de tráfico de vehículos y turismos que aparcan a lo largo de la carretera DP 6902. La DP 6902 es una carretera estrecha incluso para la circulación de vehículos en ambos sentidos. Los vehículos aparcados a lo largo de la carretera dificultan la circulación, imposibilitando el cruce, lo que provoca importantes atascos y que en ocasiones los vehículos de mayor tamaño, como autocaravanas, queden bloqueados. Otro problema derivado del exceso de vehículos es la falta seguridad para los vecinos, ya que la DP 6902 no cuenta con aceras para la circulación de los peatones.	
Público objetivo	Visitantes del Parque Natural.
Responsable ejecución	Servicio de Parque Naturales de Galicia.
Agentes implicados	Sector público.

Presupuesto estimado	300,00€
-----------------------------	---------

Indicadores	Valor
Reducción de coches aparcados en la DP 6902	+90%

Impactos esperados	Circulación fluida a lo largo de la DP 6902.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: PLAN DE MOVILIDAD**Acción 2.5.: Mejorar la información sobre las vías de acceso al Parque Natural.****Descripción y objetivo**

Revisión e inclusión de la información sobre los accesos en las diferentes fuentes oficiales, en el portal web oficial y en las guías, folletos y mapas.

Se incluye también en este apartado la señalización sobre el terreno. Deben de señalizarse los diferentes accesos por carretera y a pie, indicando los recursos turísticos cercanos y la distancia los mismos. Entre otros habría que señalar los accesos por As Neves (A Capela), Goente (As Pontes), Eirís (Cabanas) y Monfero.

El objetivo es poner en conocimiento del público general las diferentes vías de acceso.

Explicación del proyecto

El acceso al Parque Natural por Ombre (Pontedeume) a través de la DP 6902 concentra un gran nº de visitas. Esto provoca que en la Semana Santa y el periodo estival (principalmente julio y agosto) esta entrada se encuentre saturada de coches y visitantes, lo que puede llegar a desvirtuar la esencia de una visita a un espacio natural. La información sobre las diferentes posibilidades de acceso y otros recursos de interés, contribuirá a redistribuir los flujos de visitantes que en muchos casos se encuentran sin información suficiente y con una señalización insuficiente sobre el terreno.

Público objetivo	Visitantes y turistas.
Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
Agentes implicados	Sector público.

Presupuesto estimado	5.400,00€
-----------------------------	-----------

Indicadores	Valor
Información en el portal web oficial de las entradas por los 5 ayto.	SI
Nº de señales colocadas	+4

Impactos esperados	Redistribución de los flujos de visitantes de manera más equitativa a través de las diferentes vías de acceso.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: PLAN DE MOVILIDAD
Acción 2.6.: Información a tiempo real sobre la afluencia de público y ocupación de los aparcamientos.

Descripción y objetivo	
<p>El portal web incluirá información a tiempo real sobre la afluencia de público en puntos estratégicos del Parque Natural y la disponibilidad de aparcamiento.</p> <p>Además se colocarán cámaras en vivo para que desde el portal web pueda verse diferentes zonas del Parque Natural. En principio se proponen las localizaciones de CI de Ombre, Centro de Visitantes de Monfero y Caaveiro.</p> <p>El objetivo es que los visitantes puedan informarse antes de llegar al Parque de la disponibilidad de aparcamiento y de la afluencia de público en puntos estratégicos.</p>	
Explicación del proyecto	
<p>El acceso al Parque Natural por Ombre (Pontedeume) a través de la DP 6902 concentra una parte importante de las visitas. Esto provoca que en la Semana Santa y en el periodo estival (principalmente julio y agosto) esta entrada se encuentre saturada de coches y con un elevado volumen de visitantes que puede llegar a desvirtuar la esencia de una visita a un espacio natural. La información sobre la disponibilidad o no de aparcamiento y la cantidad de personas concentradas en puntos estratégicos, contribuirá a evitar la saturación de los espacios y redistribuir los flujos de visitantes a zonas menos saturadas.</p>	
Público objetivo	Visitantes y turistas.
Responsable ejecución	Servicios de Parques Naturales de Galicia.
Agentes implicados	Sector público.

Presupuesto estimado señalización	1.050,00€
--	-----------

Indicadores	Valor
Nº de cámaras en vivo	+3
Información disponible en la web	SI

Impactos esperados	Mejorar la experiencia y satisfacción del visitante.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: PLAN DE MOVILIDAD**Acción 2.7.: Servicio de alquiler y aparcamiento para bicicletas.****Descripción y objetivo**

Se pondrá a disposición del visitante un servicio de alquiler de bicicletas (de pago) en el Área recreativa de la Alameda durante los periodos de más afluencia de personas.

Se habilitará un aparcamiento de bicicletas en las cercanías del Monasterio de Caaveiro, junto al puente de Santa Cristina.

El objetivo es promover el uso de vehículos sostenibles para los desplazamientos en el interior del espacio protegido, fomentando un estilo de vida saludable.

Explicación del proyecto

La bicicleta es una opción saludable y sostenible para desplazarse en todo tipo de espacios. Durante la Semana Santa y la temporada estival se prohíbe la circulación de vehículos en el tramo de la DP 6902 a Caaveiro desde el área recreativa de la Alameda. Desde la Diputación de A Coruña se pone en marcha un servicio de autobús que recorre el tramo cerrado. La bicicleta es una alternativa sostenible y saludable al autobús para aquellos que no desean realizar este tramo andando o simplemente para los que disfrutan de este medio de transporte. Por otro lado contribuye a enriquecer la oferta de servicios al visitante.

Público objetivo	Visitantes y turistas.
Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
Agentes implicados	Sector público.

Presupuesto estimado	1.500,00€ (aparcamiento)
-----------------------------	--------------------------

Indicadores	Valor
Aparcamiento para bicicletas	Si
Servicio de alquiler de bicicletas	Si
Media de alquileres diarios	+5

Impactos esperados	Mejorar la experiencia y satisfacción del visitante.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: CALIDAD EN DESTINO

Acción 3.1: Implantación de modelos de calidad turística.

Descripción y objetivo

Adhesión e implantación de modelos de calidad turística: SICTED:

- Solicitud.
- Decidir cuál será la entidad propuesta para su gestión y la persona que ejercerá como gestor SICTED: la asociación para el desarrollo rural Euroeume, implicada en programas de concienciación medioambiental relacionados con la conservación de las Fragas, entre otros, y con experiencia en la implantación de modelos de calidad (Cantinas del Eume), es la perfecta candidata para asumir esta labor.
- Presentar candidatura del territorio.

Una vez certificado el destino, deberá fomentar la adhesión e implantación de SICTED entre las empresas turísticas del destino. Para ello se realizarán una serie de jornadas para sensibilizar y captar empresas que vean como una oportunidad adherirse al sistema.

Para ahorrar costes se buscará la colaboración con otros destinos SICTED para la realización de las auditorias.

Aprovechando la línea de subvenciones que la Xunta de Galicia otorga a las empresas para la implantación y renovación del distintivo Q de Calidad, se fomentará su implantación.

El objetivo es mejorar la calidad en destino y la colaboración público-privada.

Explicación del proyecto

En un mercado donde la competencia cada vez es más fuerte y con unos clientes cada vez más informados y exigentes, la mejor manera de resultar competitivo es apostar por la calidad, la fidelización y una buena promoción.

La adhesión del destino a un modelo de calidad turística supone mantener el destino en unos estándares de calidad elevados, a la vez que nos diferencia de la competencia, además de ser una buena herramienta de comunicación entre el sector público y privado.

Público objetivo	Parque Natural de As Fragas do Eume y empresas de turismo.
Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
Agentes implicados	Sector público y sector privado.

Presupuesto estimado	500,00€/empresa/año
-----------------------------	---------------------

Indicadores	Valor
Destino acreditado	Si
Nº de empresas adheridas (año)	+2

Impactos esperados	Mejorar la experiencia y satisfacción de los visitantes y turistas.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: CALIDAD EN DESTINO
Acción 3.2: Formación para las empresas del sector

Descripción y objetivo	
<p>Incentivar la profesionalización del sector. Se considerará prioritaria aquella formación en gestión medioambiental, ecoturismo y turismo sostenible, así como la relativa al uso de las nuevas tecnologías y su aplicación en la empresa.</p> <p>El objetivo es incrementar los conocimientos de los empresarios y trabajadores del sector a fin de mejorar la calidad de los servicios y la percepción de la calidad en el destino.</p>	
Explicación del proyecto	
<p>Para destacar como destino es necesaria contar con un sector profesional. Las necesidades de formación se apuntan hacia modelos de ecoturismo y las nuevas tecnologías.</p> <p>Para abaratar costes se aprovecharán posibilidades como las que ofrece Anfitriones Turismo, CEIDA, etc.</p>	
Público objetivo	Empresarios y trabajadores del sector turístico.
Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
Agentes implicados	Sector público y sector privado.

Presupuesto estimado	5.000,00€
-----------------------------	-----------

Indicadores	Valor
Apertura Centros de Visitantes y Baños Públicos los días de más afluencia de público	Si
Contenedores al comienzo de las rutas de senderismo	Si
Máquinas expendedoras de bebidas y aperitivos	4
Cobertura en todo el territorio	Si
Incremento de visitantes en las temporada baja	+10%
Incremento de la satisfacción de los visitantes	+10%

Impactos esperados	Mejora de la experiencia y satisfacción del visitante/turista, y de la percepción de calidad y valor del destino.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: CALIDAD EN DESTINO

Acción 3.3: Mantenimiento de las infraestructuras y señalización.

Descripción y objetivo

Mantenimiento preventivo de las instalaciones y equipamientos, y reparación de aquellos en mal estado, como son los miradores.

Revisión de la señalización sobre el terreno: sustitución y/o reposición de la señalética.

Se añadirán indicaciones con distancias y tiempos. Se señalará el camino al punto de partida de cada ruta. Con respecto a los tipos de señales, colores, etc., se tendrá en cuenta lo dispuesto en el Manual de señalización turística de Galicia.

El objetivo es que la infraestructura sea funcional, eficiente y estética, y que la señalización de los caminos sea suficiente como para guiar a los senderistas por el territorio de forma segura sin necesidad de otras

Explicación del proyecto

El mantenimiento se refiere a las labores necesarias para mantener en buen estado las instalaciones y equipamientos. Además de la función inherente de cada uno de los equipamientos, el estado de las infraestructuras forma parte de la imagen que el destino transmite a sus visitantes. Es muy importante por lo tanto que el estado de la infraestructura sea apropiado para ofrecer así una imagen de calidad en destino. Desde el punto de vistas de la sostenibilidad, el mantenimiento de las instalaciones alarga su vida útil, resultando la opción más beneficiosa desde el punto de vista medioambiental y económico.

Nos encontramos ante un destino de naturaleza en el que las rutas de senderismo son uno de sus principales reclamos. El cuidado y mantenimiento de los senderos es de vital importancia.

Una buena señalización permite a los senderistas sentirse seguros y realizar la ruta siguiendo las marcas sobre el terreno sin tener que depender de otros medios adicionales. La señalización contribuye a crear una imagen de marca y calidad del destino, por lo que es importante que sea homogénea, este cuidada y en buen estado.

Público objetivo	Visitantes y turistas.
-------------------------	------------------------

Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
------------------------------	---

Agentes implicados	Sector público.
---------------------------	-----------------

Presupuesto estimado	8.000,00€
-----------------------------	-----------

Indicadores	Valor
Miradores en buen estado	Si
Indicaciones para llegar al punto de partida de todas las rutas	Si
Señalización suficiente para recorrer la ruta sin otras indicaciones	Si

Impactos esperados	Mejorar la experiencia y satisfacción del visitante/turista, y la imagen del destino.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: CALIDAD EN DESTINO
Acción 3.4: Cambio a un modelo de servicios de pago.

Descripción y objetivo	
<p>En base a los resultados obtenidos a través del método Delphi y las encuestas realizadas a los visitantes, algunos de los servicios gratuitos pasarán a ser de pago, véase el autobús que conecta el CI de Ombre con el Puente de Santa Cristina, el autobús que conecta el Cabanas-Pontedeume-Aparcamiento disuasorio-CI de Ombre, el aparcamiento disuasorio y las visitas guiadas al Monasterio de Caaveiro.</p> <p>El objetivo es la sostenibilidad económica del espacio y obtener nuevos ingresos que puedan reinvertirse en el mantenimiento y mejora de los servicios, y la conservación del entorno.</p>	
Explicación del proyecto	
<p>Cobrar por los servicios, que se ofrecen principalmente durante la temporada alta, permitiría obtener nuevos ingresos que contribuirían al mantenimiento de las instalaciones, a la mejora de los servicios y la conservación del entorno. Por otro lado podría ayudar a controlar el flujo de visitantes que utilizan la entrada de Ombre, funcionando como un repelente para aquellos que no están dispuestos a pagar.</p>	
Público objetivo	Visitantes y turistas.
Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia y Diputación de A Coruña.
Agentes implicados	Sector público y turistas

Presupuesto estimado	Los costes se reflejan en otras acciones.
-----------------------------	---

Indicadores	Valor
Incremento del presupuesto dedicado a conservación y mantenimiento	+20%

Impactos esperados	Incremento de las acciones dirigidas a la conservación del patrimonio natural, infraestructuras y servicios.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DEL DESTINO

Acción 4.1.: Creación del portal web del Parque Natural de As Fragas do Eume.

Descripción y objetivo

La creación de un portal web del destino es imprescindible para una buena y eficiente promoción. El portal debe de incluir como mínimo:

- Información y localización GPS de los diferentes accesos.
- Información sobre los diferentes recursos turísticos.
- Información de actividades y paquetes turísticos.
- Mapa interactivo de recursos.
- Calendario de eventos que incluirá como mínimo las fiestas gastronómicas y otras fiestas de interés del destino, eventos y actividades del programa de educación ambiental.
- Información sobre las actividades de turismo activo e información de contacto de las empresas que las realizan.
- Información sobre las infraestructuras y servicios (centros de visitantes, alojamientos, establecimientos de restauración, transporte público, etc.).
- Mapas y guías para su descarga.
- Planificador de viaje.
- Set de iconos a los perfiles de las redes sociales.
- Noticias.
- Espacio profesional, donde se incluirá toda aquella información que se considere de interés para profesionales (estadísticas, noticias sobre formación, información sobre ayudas para empresas y emprendedores, etc.).

El portal incluirá una tienda para la venta de los tiques de autobuses, aparcamiento disuasorio y visitas guiadas al Monasterio de Caaveiro. Incluirá también información a tiempo real sobre la disponibilidad de aparcamiento en las áreas de la zona de Ombre (Pontedeume) e imágenes en vivo de las cámaras colocadas en puntos estratégicos.

El objetivo es facilitar toda la información del destino a los visitantes y turistas potenciales para que puedan organizar fácilmente su viaje.

Explicación del proyecto	
El número de turistas que eligen internet para reservar sus vacaciones sigue aumentando año tras año. Internet es también el medio elegido para informarse e inspirarse a la hora de elegir el destino de vacaciones. As Fragas do Eume no cuenta con ningún espacio en internet que recopile toda la información referente al destino, lo que facilitaría la planificación del viaje a los turistas potenciales, aumentando las posibilidades de que se decidan por nuestro destino.	
Público objetivo	Turistas, visitantes y empresarios.
Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
Agentes implicados	Sector público.

Presupuesto estimado	21.000,00€
-----------------------------	------------

Indicadores	Valor
Portal web en funcionamiento en el tiempo establecido	Si
% de incremento de usuarios de los centros de visitantes	+20%
% de incremento de usuarios de actividades de turismo activo	+20%

Impactos esperados	Incremento del nº de visitantes e incremento de los ingresos por turismo					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DEL DESTINO**Acción 4.2.: Creación de perfiles en las principales redes sociales****Descripción y objetivo**

Creación y gestión de perfiles en Facebook, Twitter e Instagram. Creación de Whatsapp para la comunicación directa con los usuarios.

El objetivo es promocionar y posicionar el destino en el imaginario del turista potencial, fidelizar a los que ya conocen el destino y captar nuevos clientes.

Explicación del proyecto

En los últimos años el uso de las redes sociales se ha incrementado de manera exponencial, convirtiéndose en una herramienta esencial también para el sector turístico y pasando a formar parte de la estrategia de marketing de cualquier destino turístico. Los usuarios de las redes sociales las utilizan para inspirarse y planificar sus viajes, incluso para la reserva y adquisición de servicios. Además son un estupendo canal de comunicación con los compradores y contribuyen al posicionamiento del destino, entre otros beneficios. Facebook, Twitter e Instagram son las redes más utilizadas para consultar información sobre viajes, y Whatsapp es la red social más utilizada en España según el Estudio Anual de Redes Sociales 2020 de IAB Spain.

Público objetivo	Turistas y visitantes.
-------------------------	------------------------

Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
------------------------------	---

Agentes implicados	Sector público.
---------------------------	-----------------

Presupuesto estimado	10.800,00€/año
-----------------------------	----------------

Indicadores	Valor
Perfiles abiertos en el periodo estipulado	Si
% de incremento de usuarios de los centros de visitantes	+10%

Impactos esperados	Incremento del nº de visitantes e incremento de los ingresos por turismo					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DEL DESTINO

Acción 4.3.: Campañas de promoción online.

Descripción y objetivo

Se realizarán campañas promocionales online, principalmente en las redes sociales como Facebook e Instagram. Durante la temporada baja, irán dirigidas a turistas de proximidad. Durante la temporada alta se ampliarán al resto de España. Las campañas versarán sobre hitos concretos como puede ser la celebración de una fiesta gastronómica, la caída de las hojas en el bosque, etc.

El objetivo es la captación de turistas potenciales y fidelizar a los existentes.

Explicación del proyecto

En los últimos años el uso de las redes sociales se ha incrementado de manera exponencial, convirtiéndose en una herramienta esencial también para el sector turístico y pasando a formar parte de la estrategia de marketing de cualquier destino turístico. Los usuarios de las redes sociales las utilizan para inspirarse y planificar sus viajes, incluso para la reserva y adquisición de servicios. Además son un estupendo canal de comunicación con los compradores y contribuyen al posicionamiento del destino, entre otros beneficios.

Público objetivo	Turistas y visitantes.
Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
Agentes implicados	Sector público.

Presupuesto estimado	12.000,00€/anuales
-----------------------------	--------------------

Indicadores	Valor
Visualizaciones de los contenidos	+30%
Incremento de visitantes con respecto a años anteriores en el mismo periodo	+10%

Impactos esperados	Incremento de visitantes principalmente en temporada baja y mejor posicionamiento del destino					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 5: DIVERSIFICACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN: PRODUCTOS DE TURISMO SOSTENIBLE

Acción 5.1.: Creación y comercialización de nuevos productos turísticos sostenibles.

Descripción y objetivo

Se crearán nuevas propuestas de productos turísticos que versarán, según los datos recogidos durante el método Delphi, en torno a:

- la vida tradicional y los usos tradicionales de la *fraga*.
- productos locales, como el grelo, el queso, la miel, etc.
- el patrimonio natural.

Los productos se enfocarán principalmente a la atracción de visitantes fuera de la temporada alta y se basarán en los principios del turismo sostenible. Una vez creados se presentarán a distintas agencias de viajes especializadas para su comercialización.

El objetivo es diversificar la oferta turística e incrementar los ingresos por turismo a lo largo de todo el año.

Explicación del proyecto

Los 31 expertos entrevistados apuntan a que la especialización les parece interesante. El 90,30% considera que deberíamos especializarnos en el turista de turismo activo y de naturaleza. A fin de captar este segmento y otros segmentos del mercado turístico, se propone la creación de nuevos productos turísticos basados en la especial idiosincrasia y los atractivos naturales y culturales del destino.

Público objetivo	Turistas y visitantes.
-------------------------	------------------------

Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
------------------------------	---

Agentes implicados	Sector público y sector privado.
---------------------------	----------------------------------

Presupuesto estimado	3.000,00€
-----------------------------	-----------

Indicadores	Valor
Nº de paquetes confeccionados	+3
Nº de agencias comercializadoras	+3

Impactos esperados	Incremento de los ingresos por turismo y de los beneficios por turismo para la población local. Incremento de visitantes fuera de la temporada alta.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA 5: DIVERSIFICACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN: PRODUCTOS DE TURISMO SOSTENIBLE

Acción 5.1.: Creación de nuevas rutas de senderismo

Descripción y objetivo

Se crearán nuevas rutas de senderismo que posean atractivos paisajísticos especiales. Se establece como prioridad valorar la habilitación de la Ruta del Cañón de Eume, una ruta de gran belleza paisajista y que cuenta con gran popularidad en internet a pesar de tratarse de una ruta que pasa por zonas altamente peligrosas. Por las características de alguno de los pasos es necesaria la colocación de vías ferratas¹⁰.

Se valorará también la inclusión de alguna de las rutas de senderismo del catálogo de rutas de los ayuntamientos del Parque Natural, como la Ruta de Caaveiro de A Capela, que visita lugares de gran interés como Caaveiro, la Casa do Pazo y el Parque Etnográfico del río Sesín.

El objetivo es incrementar los atractivos turísticos del espacio natural.

Explicación del proyecto

Según la encuesta realizada entre los visitantes, el 85% recorrieron alguna de las rutas de senderismo. La práctica del senderismo no ha parado de aumentar en los últimos años, y la actual pandemia por COVID19 ha contribuido a que esta tendencia siga en aumento. La habilitación de nuevas rutas de senderismo con especiales atractivos paisajísticos puede contribuir a captar nuevos turistas.

Público objetivo	Turistas y visitante.
Responsable ejecución	Servicio de Parques Naturales de Galicia.
Agentes implicados	Sector público.

Presupuesto estimado	45.000,00€
-----------------------------	------------

Indicadores	Valor
Nº de ruta de senderismo creadas	+1

¹⁰ Una vía ferrata es un itinerario tanto vertical como horizontal equipado con diverso material: clavos, grapas, presas, pasamanos, cadenas, puentes colgantes y tirolinas, que permiten el llegar con seguridad a zonas de difícil acceso para senderistas o no habituados a la escalada.

Impactos esperados	Incremento del nº de visitantes y turistas.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

LÍNEA ESTRATÉGICA: DIVERSIFICACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN: PRODUCTOS DE TURISMO SOSTENIBLE
Acción: Ampliación de la oferta de establecimientos de restauración

Descripción y objetivo	
<p>El Centro de Visitantes de Monfero reúne las características necesarias por su ubicación, junto al Monasterio de Monfero y cercano a la salida de las rutas de senderismo de la Red de Parques en Monfero, e instalaciones, ya que dispone de una sala que podría alojar un establecimiento de este tipo. Su gestión debe de enfocarse desde la sostenibilidad.</p> <p>También se colocarán Maquinas de bebidas y aperitivos en el CI de Ombre y Caaveiro.</p> <p>El objetivo es mejorar la oferta turística y servicios.</p>	
Explicación del proyecto	
La existencia de zonas donde los visitantes puedan descansar y aprovisionarse contribuye a mejorar la experiencia del visitante.	
Público objetivo	Turistas y visitantes.
Responsable ejecución	Ayuntamiento de Monfero.
Agentes implicados	Sector público y sector privado.

Presupuesto estimado	-
-----------------------------	---

Indicadores	Valor
Incremento del nº de visitantes en Monfero	+10%

Impactos esperados	Mejora de la experiencia y satisfacción del visitante. Mejora de la percepción de calidad y valor del destino.					
Cronograma	2022		2023		2024	
	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.

6.4. Propuesta de producto

En este apartado se desarrolla una propuesta de producto turístico perteneciente a la línea estratégica 5: “Diversificación y especialización”, concretamente el 5.1 “Creación y comercialización de nuevos productos turísticos”.

Creamos este producto para que pueda ser ofrecido, vendido y comprado en los canales de comercialización que se elijan.

6.4.1. Saborea la Fraga

Su nombre es “Saborea la Fraga”. Elegimos este nombre por su alto contenido sensorial que nos invita a conocer las Fragas del Eume interpelando al sentido del gusto. La idea es que los turistas participantes puedan conocer y disfrutar del espacio natural, con el mejor aliado, nuestra gastronomía, uno de los elementos mejor valorados en Galicia junto a nuestros espectaculares paisajes, que serán el marco que nos acompañará durante toda la estancia.

Se trata de un paquete turístico en el que se integran distintas experiencias pensadas para aquellos turistas que buscan productos de turismo sostenible y viajan motivados por conocer la gastronomía y cultura de los espacios naturales que visitan. Se ha dotado este producto de un alto factor experiencial buscando una mayor implicación del turista. Por sus características está pensado para ser ofertado en otoño, aunque podría adaptarse para su oferta en otras épocas del año.

Se reúnen en este producto algunas de las fortalezas de As Fragas do Eume y los principales reclamos para los turistas que visitan Galicia: nuestra deliciosa gastronomía y nuestros espectaculares paisajes, todo aderezado con la historia de la *fraga* de mano de dos de los productos locales y los monasterios que se alojaron en ella.

Se trata de un producto exclusivo, ya que está pensado para grupos de máximo 10 personas, apto para esta época de pandemia por COVID19 en que se prefieren las actividades en grupos pequeños. La línea de este producto de turismo cultural y gastronómico es el turismo sostenible o ecoturismo, ya que ayuda a dinamizar la economía local y elige productos locales y de km 0.

6.4.2. Programa

DÍA 1

Llegada al alojamiento, una casa tradicional gallega construida en 1900 y reformada como casa de turismo rural.

Tarde libre. Os proponemos que aprovechéis para disfrutar de la casa o recorrer alguna de las rutas de senderismo del Parque Natural antes del anochecer. En las cercanías se encuentra el punto de salida de dos de las rutas de Cumios de Sanguñedo y A Pasada Vella.

Cena en la casa rural.

DÍA 2

Después de acomodarnos, visitaremos el parque etnográfico del río Sesín. La Asociación "Patronato del Museo Etnográfico de A Capela" nos acompañará a conocer algunos de los usos tradicionales del bosque, nos acercaremos a disfrutar del espectáculo con el que nos deleita la desconocida *fervenza* de la Mazoca, situada en un espectacular paraje natural donde podremos relajarnos con el sonido del agua, y visitaremos un *souto*, donde tendremos la oportunidad de recolectar castañas que después podremos llevarnos para su degustación.

A la hora de la comida, degustaremos productos km 0 con la castaña como protagonista. El menú incluirá una Tabla de quesos de la Cooperativa Campo Capela y de Queserías del Eume, estofado de ternera gallega con setas y castañas, y de postre tarta de castañas (Tarta de Ferrol). Todo ello aderezado con vino I.G.P. (Indicación geográfica protegida) de Betanzos.

Por la tarde, nos acercaremos al Monasterio de Caaveiro donde Alonso, uno de monjes del monasterio, nos confundirá con unos peregrinos y nos enseñará el monasterio, el antiguo molino y el fotografiado puente de piedra.

Tras la visita, regreso al alojamiento rural para disfrutar de las fantásticas instalaciones. Cena en la casa.

DÍA 3

Por la mañana, A Casa do Mel nos invita a visitar uno de los colmenares de As Fragas y nos descubre el maravilloso mundo de las abejas, dándonos la oportunidad de ser apicultores por un día.

Al mediodía la miel seguirá siendo la protagonista, con un menú donde cuenta con especial importancia. El menú incluye caldo gallego de grelos de Monfero, chuletas de lomo de porco celta con glaseado de miel y mostaza, y de postre *requeixo* de A Capela. Todo ello aderezado con vino I.G.P. (Indicación geográfica protegida) de Betanzos.

Tras la comida, nos acercaremos a conocer dos de los principales reclamos de Monfero, el Mirador de Carbueira y el Monasterio de Santa María de Monfero.

Regreso al alojamiento y fin del viaje.

6.4.3. Precio

Saborea la Fraga	
Turismo cultural y gastronómico	
Estancia de 3 días/2 noches en un alojamiento de turismo rural grupo B (Casa de aldea) en régimen de media pensión	
<ul style="list-style-type: none">+ visita guiada al Parque Etnográfico del Río Sesín+ 500grs de castañas por persona+ comida en la Cantina do Eume Casa Pepe (A Capela)+ visita teatralizada en el Monasterio de Caaveiro+ experiencia de agroturismo en un colmenar+ comida en Cantina do Eume O Francés (Monfero)+ visita al Monasterio de Santa María de Monfero y al Mirador de Carbueira	
Precio por persona en habitación doble (consultar posibilidad de triples e incremento por habitación doble de uso individual)	
280€/persona	
Punto muerto: 5,8 “nº de unidades producidas y vendidas para beneficio 0”	

Cotización:

- Transporte: 400€
- Guía acompañante: 160€
- Visita guiada al Parque Etnográfico del Río Sesín: 2€/persona
- 500grs de castañas: 2€/persona
- Comida en la Cantina do Eume Casa Pepe: 25€/persona
- Visita teatralizada en el Monasterio de Caaveiro: 180€
- Experiencia de agroturismo en un colmenar: 5€/persona
- Comida en Cantina do Eume O Francés: 20€/persona
- Alojamiento en habitación doble: 70€/persona
- Cena en Casa Piñeiro: 30€/persona

6.5. Cronograma

En el siguiente documento se muestra una Tabla resumen con las estrategias-acciones y el cronograma de actuación.

Línea estratégica	Acción	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.
1. Conservación del Bosque Atlántico.	1.1. Conoce la Fraga.						
	1.2. Determinación de la capacidad de carga turística.						
	1.3. Dar a conocer la figura de custodio del territorio.						
2. Plan de movilidad	2.1. Habilitar aparcamientos disuasorios.						
	2.2. Colocación de pantalla vial de información con información sobre la disponibilidad de aparcamiento.						
	2.3. Autobús Cabanas-Pontedeume-Aparcamiento disuasorio-CI de Ombre.						
	2.4. Colocar señales de prohibido aparcar.						
	2.5. Mejorar la información sobre las vías de acceso al Parque Natural.						
	2.6. Información a tiempo real sobre la afluencia de público y ocupación de los aparcamientos.						
	2.7. Servicio de alquiler y aparcamiento para bicicletas.						
3. Calidad en el destino	3.1. Implantación de modelos de calidad turística.						
	3.2. Formación para las empresas del sector.						
	3.3. Mantenimiento de las infraestructuras y señalización.						
	3.4. Cambio a un modelo de servicios de pago.						

Línea estratégica	Acción	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.	1er sem.	2º sem.
4. Promoción y comunicación del destino.	4.1. Creación del portal web del Parque Natural de As Fragas do Eume.						
	4.2. Creación de perfiles en las principales redes sociales.						
	4.4. Campañas de promoción online.						
5. Diversificación y especialización.	5.1. Creación y comercialización de nuevos productos turísticos sostenibles.						
	5.2. Creación de nuevas rutas de senderismo.						
	5.3. Ampliación de la oferta de establecimientos de restauración.						

7. Bibliografía

- Agencia de turismo de Galicia. (2021). Balance turismo en Galicia 2019. https://www.turismo.gal/docs/mdaw/ndaz/~edisp/turga403034.pdf?langId=es_ES77
- Alelú Hernández, M. y Cantín García Sandra. (2010). Estudio de Encuestas. <https://docplayer.es/2983730-Estudio-de-encuestas-marta-alelu-hernandez-sandra-cantin-garcia.html>
- El 86% de los españoles reserva sus viajes a través de Internet (7 de mayo de 2019). Hosteltur. https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/018774_el-86-de-los-espanoles-reserva-sus-viajes-a-traves-de-internet.html#:~:text=El%2086%25%20de%20los%20espa%C3%B1oles,Nota%20de%20prensa%20en%20Hosteltur
- Estas serán las tendencias de viajes post covid según booking.com. (20 de octubre de 2020). Viajes National Geographic. https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/estas-seran-tendencias-viajes-post-covid-segun-bookingcom_16067
- EUROPARC-España. (2019). Anuario 2018 del estado de las áreas protegidas en España. http://www.redeuroparc.org/system/files/shared/Publicaciones/Anuario_2018/anuario2018.pdf
- Exceltur. (2021). Informe perspectivas turísticas, Balance empresarial de 2019 y expectativas para el 2020 (Nº 71). <https://www.exceltur.org/perspectivas-turisticas/#>
- FEDME. (2018). Análisis del perfil de los usuarios visitantes del medio natural en España. <http://www.fedamon.com/attachments/article/2721/EstudioVisitantesEspaciosNaturalesEspana%C3%B1a.pdf>
- Hinojosa, V. (26 de abril de 2019). El nuevo estándar online + offline para información y reservas turísticas. Hosteltur. https://www.hosteltur.com/128338_el-nuevo-estandar-online-offline-para-informacion-y-reservas-turisticas.html
- La COVID-19 dispara el interés por el turismo rural y el ecoturismo. (27 de febrero de 2021). Hosteltur. https://www.hosteltur.com/142595_la-covid-19-dispara-el-interes-por-el-ecoturismo-y-el-turismo-rural.html
- Martínez Quintana, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. Arbor, 193 (785): a396. <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>

Ministerio De Industria, Comercio y Turismo. (2021). Directrices generales de la estrategia de turismo sostenible de España 2030. <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Documents/directrices-estrategia-turismo-sostenible.pdf>

Panorama del turismo internacional Edición 2019 (2019). Organización Mundial del Turismo. <https://www.unwto.org/es/publications>

Pérez Díaz, J. y Abellán García, A. (2018). Envejecimiento demográfico y vejez en España https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PS/028art02.pdf

Ponce Talancón, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones Enseñanza e Investigación en Psicología, vol. 12, núm. 1, enero-junio, 2007, pp. 113-130 Consejo Nacional para la Enseñanza en Investigación en Psicología A.C. Xalapa, México. <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>

Reguant Álvarez, M. y Torrado Fonseca, M. (2016). El método Delphi. Revista d'Innovació i Recerca en Educació. Vol. 9, nº 1. <https://revistes.ub.edu/index.php/REIRE/article/view/14631>

Rey, C. y Cabalar, J. (2019). La metáfora del desierto verde en Galicia. EFE Verde. <https://www.efeverde.com/noticias/metafora-desierto-verde-galicia/>

Tendencias que marcan el turismo internacional en 2020. (6 de febrero de 2020). OSTEEA Tourism Management School. <https://www.osteelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-que-marcan-el-turismo-internacional-en-2020>

Xunta de Galicia. (2014). Estrategia de Turismo para el 2016. https://issuu.com/turismodegalicia/docs/pitg_detallado_2014_03_05

Páginas web consultadas:

Agencia de Turismo de Galicia. www.turismo.gal

Instituto Nacional de Estadística. www.ine.es

Instituto Gallego de Estadística. www.ige.eu

Turismo de la Diputación provincial de A Coruña. www.dacoruna.gal

8. Anexos

Anexo 1. Encuesta realizada a los visitantes.

Pregunta 1: Sexo.

- Hombre.
- Mujer.

Pregunta 2: Edad.

- 18-25 años.
- 26-45 años.
- 46-65 años.
- +65 años.

Pregunta 3: Nivel de estudios.

- Sin estudios.
- Estudios primarios.
- Estudios secundarios o formación profesional.
- Estudios universitarios.

Pregunta 4: ¿En qué época del año visitaste las Fragas do Eume?

- Primavera.
- Verano.
- Otoño.
- Invierno.
- Aún no las he visitado.

Pregunta 5: ¿Qué punto/s visitaste dentro del Parque Natural?

- Monasterio de San Xoán de Caaveiro.
- Mirador de A Carbueira.
- Antigua Central Hidroeléctrica de A Ventureira.
- Puentes Colgantes sobre el río Eume.
- Molino y puente de piedra sobre el río Sesín.
- Monasterio de Santa María de Monfero.
- Museo etnográfico de A Capela.
- Centro de Interpretación.

- Otros.

Pregunta 6: ¿Qué tipo de actividad/es realizaste?

- Visitar patrimonio cultural.
- Senderismo.
- Navegación en Kayak por el río.
- BTT.
- Bici eléctrica.
- Pesca.
- Actividad pedagógica en el medio natural.
- Otra/s.

Pregunta 7: ¿Utilizaste alguno de los servicios gratuitos que ofrece el Parque?

- Autobús Centro de Interpretación-Caaveiro.
- Visita libre al Monasterio de San Xoán de Caaveiro.
- Visita guiada al Monasterio de San Xoán de Caaveiro.
- Centro de Interpretación.
- Otro.

Pregunta 8: Si el dinero recaudado se utilizase para la conservación del Parque y la mejora de los servicios públicos ¿estarías dispuesto a pagar por estos servicios?

- Si.
- No.
- Tal vez.
- Otros.

Pregunta 9: “¿cuánto estarías dispuesto a pagar por el servicio de autobús del Centro de Interpretación-Caaveiro/Caaveiro-Centro de Interpretación (tique de ida)?”

- <1€.
- 1 €.
- 1,50 €.
- 2 €.
- >2€.
- No pagaría por este servicio.
- Otro.

Pregunta 10: ¿cuánto estarías dispuesto a pagar por la visita libre al Monasterio de San Xoán de Caaveiro?

- <1€.
- 1 €.
- 2 €.
- 3 €.
- 3€.
- No pagaría por este servicio.
- Otro.

Pregunta 11: ¿cuánto estarías dispuesto a pagar por la visita guiada al Monasterio de San Xoán de Caaveiro?

- <1€.
- 1 €.
- 2 €.
- 3 €.
- >3€.
- No pagaría por este servicio.
- Otro.

Pregunta 12: ¿qué otros servicios crees que deberían ser de pago?

- Baños.
- Guías informativas (como la Guía de Anfibios y Reptiles o la Guía de la Red de Senderos del Parque Natural Fragas del Eume).
- Otro.

Pregunta 13: ¿qué otros servicios públicos crees que debería de mejorar/ofrecer el Parque?

Anexo 2. Método Delphi: participantes.

- Director Parques de Galicia de la Xunta de Galicia.
- Técnico Servicio Parques de Galicia de la Xunta de Galicia.
- Capataz Forestal del Parque Natural Fragas do Eume.
- Biólogo y ex Director Parque Natural Fragas do Eume.
- Diputado provincial de Contratación, Patrimonio y Equipamientos de la Diputación de A Coruña.
- Vicepresidente y diputado de Planes Provinciales y Turismo de la Diputación de A Coruña.
- Concejala de Turismo Ayuntamiento de As Pontes.
- Concejala de Turismo Ayuntamiento de Monfero.
- Concejala de Turismo Ayuntamiento de Pontedeume.
- Concejala Turismo del ayuntamiento de Cabanas.
- Alcalde del Ayuntamiento de A Capela.
- Informadora Turística del Ayuntamiento de Pontedeume. 2018, 2019-actualidad.
- Técnico de Turismo A Capela y Monitor Medioambiental ConformaForestal.
- Técnica Turismo As Pontes. 2015, 2017, 2018, 2019 y 2020.
- Técnica de Turismo del Ayuntamiento de Monfero. 2017, 2018. 2019 y 2020.
- Técnica de Turismo del Ayuntamiento de As Pontes. 2019 y 2020.
- Gerente Conforma Forestal, Consultoría experta en gestión del Medioambiente.
- Gerente Casa Rural Lourán.
- Gerente casa Villa Valedoso. 2019-actualidad.
- Ex Concesionario del Restaurante Andarubel. 2003-2020.
- Concesionaria de la Taberna de Caaveiro.
- Gerente Cantil Escuela de Escalada.
- Gerente Eumenatura.
- Gerente Camping Fragadeume.

- Gerente Club Náutico Firrete.
- Gerente A Barca de Ramón.
- Gerente CD Fragas do Eume.
- Presidenta de la Asociación Parque Natural del Eume, Naturaleza y Desarrollo.
- Directiva Asociación Betula para la custodia del Bosque Atlántico.
- Director del Museo Etnográfico de A Capela.

Anexo 3. Método Delphi: cuestionario inicial.

1. ¿Crees que el volumen actual de visitantes es perjudicial para el entorno? ¿qué acciones deberían de llevarse a cabo para su buena o mejor conservación?
2. Por otro lado, la población local y principalmente propietarios de los terrenos que conforman el Parque, se encuentran con problemas de acceso a los mismos por el exceso

de visitantes y de vehículos aparcados en ocasiones fuera de las zonas habilitadas a tal efecto. ¿Qué medidas consideras que habría que tomar en este sentido?

3. ¿Crees que la experiencia del visitante es positiva? ¿qué se debería de hacer para contribuir a mejorarla?
4. Desde un punto de vista económico, ¿crees que estamos rentabilizando todas estas visitas de turistas? ¿qué acciones deberían de llevarse a cabo para obtener mayores beneficios para la población local? ¿debería de cobrarse por los servicios que ofrece el Parque?
5. ¿Qué modelo turístico consideras sería el más adecuado para un espacio de este tipo? (valorando en una escala del 1 al 10, donde 1 sería un modelo conservacionista/proteccionista que prima la defensa de la naturaleza y limita en gran medida las visitas, y 10 un modelo productivista que busca el beneficio por encima de todo). ¿A qué tipo de turista deberíamos de intentar atraer?
6. ¿Qué recursos materiales e inmateriales consideras se encuentran infrautilizados o deberían de recuperarse/ponerse en valor?
7. Desde el punto de vista de la gestión del Parque, ¿qué acciones consideras deberían de llevarse a cabo?